



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Proyecto de exportacion de tapados de piel de Chinchilla

Soria Carelli, Nicolas

2005

Cita APA: Soria Carelli, N. (2005). Proyecto de exportacion de tapados de piel de Chinchilla. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Col. 1802/0614

CATALOGADO

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

MAESTRIA EN GESTION EMPRESARIA DEL COMERCIO EXTERIOR Y DE
LA INTEGRACION

SEMINARIO INTEGRACION FINAL

**PROYECTO DE EXPORTACION DE TAPADOS DE PIEL DE
CHINCHILLA**

Dep. O. 210, O. 331, H. 22255
S4P
Trab. Posgr.

AUTOR

NICOLAS SORIA CARELLI

TUTOR

DR. JORGE KAWAGUCHI

BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
Profesor Emérito Dr. ALFREDO L. PALACIOS

1. Introducción	2
2. Hipótesis	4
3. Principales Características del Producto	6
4. Análisis Foda	
4.1 Fortalezas	9
4.2 Oportunidades	11
4.3 Debilidades	12
4.4 Amenazas	14
5. Posibilidades de Negocios	15
5.1 Pieles curtidas	15
5.2 Confecciones semiterminadas	16
5.3 Prendas terminadas	17
5.4 Pelo de Chinchilla	19
6. Análisis Proceso de Producción	
6.1 Cría y producción	19
6.2 Cuereado y Curtido	20
6.3 Diseño y confección	21
7. Comercialización	22
7.1 Criador Aislado	23
7.2 Criadores Asociados	25
8. Confección del Valor FOB de los tapados	27
9. Competencia Internacional	29
10. Aspectos Financieros del emprendimiento	31
11. Normativa y Aspectos Aduaneros	35
12. Conclusión y Recomendaciones finales	38
13. Referencias Bibliográficas	

1. Introducción

El mercado mundial de pieles se ha desarrollado en las últimas décadas en forma sostenida y se prevén muy buenas perspectivas a futuro. El período 1997-2007 se presenta como la década de mayor prosperidad para el sector productor de pieles de chinchillas.

A nivel nacional, la industria de pieles de chinchillas aparece hacia principios de la década del 60 y desde aquella época ha tenido un notable crecimiento. Actualmente hay 2500 criaderos registrados y distribuidos en todo el país.¹ (Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca).

Desde finales de la década de los años 90 Argentina ha logrado posicionarse como uno de los principales productores y exportadores de piel de chinchilla de alta calidad a nivel mundial. Si bien el crecimiento ha sido importante desde sus inicios, se puede decir que en los últimos 10 años (1995-2005) la situación coyuntural mundial ha dispuesto circunstancias tan favorables para la expansión de esta industria que la tornaron mucho más atractiva aún.

La piel de chinchilla Argentina es reconocida como una de las mejores a nivel mundial lo que atrae a intermediarios y grupos extranjeros a comprar la producción nacional. Según estimaciones nuestro país provee a las grandes firmas con un 20% de las pieles que demandan anualmente. Además Argentina figura en el cuarto lugar dentro del mercado exportador mundial y el año último se vendieron al exterior 80.065 pieles, cifra

¹ Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

que puede llegar a 100.000 este año, según las previsiones del sector.² (Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca).

Dentro de las etapas del ciclo de vida de la piel como producto es importante rescatar que la piel tiene como finalidad ser la materia prima para confecciones de prendas.

Desafortunadamente en nuestro país los criadores solo participan en la etapa de producción siendo proveedores de pieles curtidas a acopiadores e intermediarios internacionales. La confección y comercialización de prendas es entonces, entregada a grupos extranjeros que obtienen mayores ganancias que los productores de pieles, siendo estos últimos quienes hacen grandes esfuerzos durante la cría y producción de las pieles. Las razones de esta situación son diversas ya que dentro del sector hay muy poco interés por enfrentar nuevos desafíos debido al conformismo alcanzado por las ganancias que se obtienen con la venta de pieles. La gran mayoría de los productores no están interesados en incurrir en la confección y posterior venta de prendas a pesar de que nuestro país cuenta con pieles de calidad y con mano de obra calificada para la confección de prendas.

Más allá de la actual baja producción de prendas, la producción y venta de pieles de chinchillas en nuestro país es un negocio rentable que debería enfocarse como el paso previo a la confección de prendas y no como la finalidad del negocio.

² Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

2. Hipótesis

La producción y venta de pieles curtidas es un negocio rentable que se ha desarrollado en gran medida en nuestro país. Como todo sector productivo los desafíos de crecimiento y superación deben mantenerse constantes de manera tal de no sufrir estancamientos. En nuestro país el sector productivo de pieles de chinchillas alcanzo altos niveles de calidad pero sin lugar a dudas es necesario encarar nuevos objetivos.

La finalidad de este proyecto es demostrar que es posible incrementar el mayor valor agregado a las pieles a través de la producción de prendas y accesorios para el mercado internacional que es realmente donde se pueden obtener mayores beneficios económicos. Este desafío requiere tener objetivos y visión de negocios clara sabiendo que desde un principio todo cambio requiere esfuerzo y mayor conocimiento.

Desgraciadamente dentro del sector es muy bajo el interés por incrementar valor agregado a las pieles a través de la exportación de prendas y accesorios.

Desgraciadamente la exportación de prendas y accesorios es muy pequeña o casi nula.

La producción de prendas debería ser tomada como la real fuente de ingresos del negocio y no limitarse a ser simplemente proveedor de pieles dentro del mercado.

Dar el paso que requiere un criador de mediana envergadura (la mayoría en nuestro país) para establecerse como confeccionador de prendas es complejo pero no imposible.

Los principales obstáculos que enfrenta el criador/productor de pieles al momento de comenzar a orientar su negocio hacia la confección de prendas de pieles de chinchillas son:

- Tener la cantidad de pieles necesarias para la prenda.

- Además de la cantidad que se requiere el obstáculo se incrementa aun mas cuando el criador enfrentar el agravante de que las pieles deben tener el mismo color, tonalidad, densidad, textura, etc. para que puedan ser utilizadas en la confección.

Estos requisitos de cantidad y homogeneidad que se necesita para las pieles que posteriormente serán destinadas a la confección de prendas hacen que los pequeños productores se vean sobrepasados y en cierta forma se vean estancados para poder alcanzar la confección y posterior exportación de prendas.

Para poder hacer frente a estos desafíos un criador de tamaño mediano puede entonces pensar en la asociación con otros criadores. El trabajo en conjunto con otros criadores no es un requisito excluyente para poder alcanzar la confección de pieles pero sin dudas puede ayudar de manera superlativa a enfrentar los problemas de cantidad y de baja homogeneidad de las pieles ya que se tendrían mayor cantidad de pieles para seleccionar. La situación ideal seria trabajar en forma conjunta con otros criaderos pero no es fácil contar con las personas adecuadas. Obviamente los criadores, en caso de trabajar en conjunto, deberán como primer medida homogeneizar la calidad y características de sus pieles con los otros criadores de manera tal de poder producir la mayor cantidad de prendas. Esto sin duda requiere un trabajo a conciencia y que puede llevar años. Este aspecto de asociación es un factor poco desarrollado dentro de la industria ya que la mayoría de los productores se inclina por trabajar por separado y vender su producción a intermediarios.

Como último obstáculo se debe nombrar que la comercialización de prendas es más compleja que la venta de pieles, que por lo general se venden a intermediarios que se presentan en el mercado local una serie de veces al año. A este aspecto hay que sumar

que la gran mayoría de los criadores no tienen conocimiento del comercio internacional por lo que temen a las exigencias internacionales que sin duda pueden ser sobrepasadas si se trabaja con profesionalidad.

Los obstáculos para poder establecerse como confeccionador son variados y complejos, pero trabajando con una mentalidad emprendedora, contando con objetivos claros y aceptando que todo nuevo emprendimiento implicara esfuerzo y perseverancia, se podrán superar los inconvenientes. Es importante remarcar que además de los obstáculos se cuenta con muchos factores positivos que hacen de la confección de prendas un objetivo alcanzable. Nuestro país cuenta con mano de obra capacitada para las etapas de diseño y confección, materia prima de calidad producida localmente y ventajas en costos debido a un tipo de cambio favorable. Ya sea en forma conjunta o individualmente los criadores podrían llegar paulatinamente a la venta de prendas en los mercados internacionales que debería ser el desafío del sector en su conjunto de manera tal que el productor obtenga las mayores ganancias posibles.

3. Características del Producto

Cuando se habla de tapados de pieles y en especial en el caso de las prendas confeccionadas a base de pieles de chinchillas, se está hablando de un producto que es consumido por un segmento de alto poder adquisitivo que compra exigiendo calidad. El valor o precio de los productos pasa a tener un segundo plano en la mente del consumidor. En nuestro país el consumo de estos productos de elite es muy limitado por lo que los mercados internacionales son el destino principal. Dentro del proceso de producción de un tapado, tanto las pieles como la mano de obra, (diseñadores, moldeadores, confeccionadores y sastres) deben contar con el mayor nivel posible de excelencia. Nuestro país cuenta con la materia prima ya que es producida localmente y

esto es sin duda una gran ventaja que permite no depender de terceros para poder desarrollarse en posteriores etapas como la confección. Las pieles en nuestro país son curtidas con los estándares europeos por lo cual es otro factor a favor que optimiza la calidad de la materia prima. Es importante destacar que el target de mercado que se intentará alcanzar será el de más alto poder adquisitivo por que lo será indispensable utilizar pieles de alta calidad para las confecciones. Se entiende por piel de alta calidad a las tienen un valor de USD 40 o superiores.

Además de la materia prima, es importante aclarar que nuestro país cuenta con mano de obra calificada que permite a los criadores tener ese segmento dentro de la producción de prendas solucionada. Un punto relevante en el mercado de prendas para clientes exclusivos y de alto poder adquisitivo es la influencia que tiene en el consumidor el diseñador de la prenda. Desgraciadamente en nuestro país no hay diseñadores que se especialicen en tapados de pieles o que sean reconocidos mundialmente por sus confecciones de pieles. Esto es un aspecto a tener en cuenta ya que de no contar con un diseñador conocido o de renombre en el ambiente de la confección de pieles habrá un límite para cotizar los tapados. Este aspecto puede cambiar en el futuro si se logran imponer confecciones de diseñadores nacionales que alcancen reconocimiento. En cuanto a la marca de las prendas deberá ser un aspecto a ser analizado durante la negociación y comercialización de las prendas, ya que según la situación se podrá vender prendas con diseño y marca propia o prendas con diseño y marca de terceros. Sin dudas lograr imponer diseño y marca en los mercados internacionales sería lo óptimo.

A estas características de calidad en la mano de obra y materia prima hay que sumar la competitividad en costos. Actualmente Argentina es uno de los países donde la cría y producción de pieles es mucho menos costosa que en otros países como Estados Unidos

u Europa. La mano de obra (diseño y confección) también es competitiva si se compara con los valores internacionales. En conclusión los tapados de confección nacional tendrán las características de precio y calidad necesarias para poder competir en los mercados internacionales.

Características generales de la piel: Para que la piel de chinchilla sea rentable, tiene que reunir ciertas condiciones. Deben ser grandes (45 cm. de largo) ya que cuanto más grandes menos cantidad necesitará el peletero para hacer un abrigo.

Debe ser de tonalidad extra oscura. La chinchilla original es de color gris estándar y puede tener distintos tonos de color: claro, mediano, mediano oscuro, oscuro y extra-oscuro. Este último es el máspreciado y mejor pagado. La diferencia de tonos - siempre y cuando las otras características sean similares- llega a 10 dólares menos por cada tono más claro. El pelo de la chinchilla posee tres capas bien diferenciadas por su color base, barra y velo.

Base: Color gris. Ubicada junto al cuero desde el folículo y ocupa gran parte de la fibra. Se encuentra en todo el cuerpo del animal a veces de color gris azulado.

Barra: Llamada banda. De color blanco, dentro de este color puede variar color tiza o amarillento. Lo ideal es blanco puro. Formando la panza del mismo por ausencia del velo.

Velo: Es de color oscuro brillante, gris oscuro, negro o gris azulado. Es la capa superficial de la piel y se encuentra distribuida en el lomo del animal, bajando hasta los flancos donde se corta abruptamente. La chinchilla tiene entre 80 y 120 pelos (fibras) por cada poro. Y esa diferencia se nota al extender y apretar una prenda confeccionada con su piel. Las pieles poco densas se abren y desgastan con el uso. Cuando la densidad es buena, la piel se mantiene apretada, formando un colchón sin grietas. Además, es preferible que posea pelo largo, pues cuanto más largo es más cara es la piel.

Deberá contar con panza bien blanca. El contraste entre el lomo oscuro y la panza blanca es una de las características que mejor diferencia a la chinchilla de las otras pieles.³

Una piel de chinchilla de buena calidad se cotiza entre 40 y 70 dólares. Pero el costo de producción de cualquiera de las dos, la buena y la mala, es siempre el mismo: 9 dólares aproximadamente. Es importante remarcar que se necesitan once meses para transformar un animal en piel.

4. Análisis FODA del emprendimiento

4.1 Fortalezas:

- Producir una piel en Argentina en 1998 tuvo un costo aproximado de USD 10 por piel, en el 2000 USD 14 y en el 2005 USD 7 mientras que en EE.UU. se elevó a USD 24 y en Canadá a USD 22.⁴
- Actualmente producir una piel cuesta USD 8 y se puede vender entre USD 15 y USD 70
- Es importante nombrar como factor determinante de la actual situación y buen desempeño de la industria que durante la década de los 90, favorecidos por el tipo de cambio, productores importaron desde el exterior ejemplares de las mejores cabañas del mundo lo que hizo que la producción nacional mejorara su calidad y que hoy pueda competir directamente con la producción de calidad internacional.

³ Chinchillas el Dorado SRL.

⁴ Chinchillas el Dorado SRL.

- Dentro del mercado de pieles hubo ciertas circunstancias que hicieron que la piel de chinchilla tomara mayor relevancia a nivel mundial y desplazara a otras pieles de uso tradicional pasando a ser la más cotizada en los mercados. Dentro del ámbito de pieles más selectas o exóticas y caras, la chinchilla competía con el oso polar blanco y la marta sibelina (entre otros). La piel del Oso polar se dejó de trabajar para proteger a la especie en extinción y la marta sibelina sufrió una terrible caída de precios al ingresar Rusia al mundo capitalista que inundó el mercado con estas pieles. La cría de chinchillas a nivel mundial es solo realizada en criaderos por lo que no hay razón para pensar que en un futuro se prohíba la utilización de la piel de chinchilla. La piel de la chinchilla silvestre no tiene valor alguno en los mercados debido a que no presenta las características de cuidado intensivo que si ofrecen las chinchillas de criadero.⁵
- Además de estos factores ya mencionados hay que sumar que la economía nacional presenta un tipo de cambio que favorece la exportación, tanto de pieles como de prendas, lo que ayuda a la industria a mantenerse en pleno crecimiento. (El tipo de cambio actual es favorable y sin duda debe ser aprovechado, pero sin olvidar que debe ser visto como una herramienta para crecer y desarrollar otras armas competitivas para que en el futuro no se deba depender de esta situación coyuntural que puede desaparecer).
- Nuestro país cuenta con mano de obra calificada para el diseño y confección de prendas con un bajo costo si se compara con los grandes centros de moda internacional que es donde se confeccionan gran parte de los tapados de pieles con altos costos de mano de obra. La moda Argentina es reconocida a nivel mundial ya que cuenta con diseñadores y confeccionadores capacitados de alto

⁵ Chinchillas el Dorado SRL.

renombre de manera tal que se puede aspirar a tener tapados y prendas con un diseño optimo que pueda competir a nivel internacional.

- El capital que necesita un criador para comenzar con la confección y venta de prendas no es inalcanzable. La mayor parte de la inversión ya se encuentra realizada y es la que se destino para iniciar la cría de chinchillas.
- Alta competitividad en costos durante el proceso de producción de pieles y diseño y confección de prendas que derivan en una prenda final muy competitiva en costos.
- Las pieles que no se utilicen en la confección de prendas por no contar con las características requeridas siempre cuentan con la posibilidad de ser vendidas a intermediarios. Un productor podrá entonces vender siempre su producción y en la medida de lo posible sacar mejores ganancias por piel si es que puede incorporar la mayor cantidad a la venta de confecciones terminadas como tapados.

4.2 Oportunidades:

- Debido al crecimiento e incorporación de nuevos mercados en el panorama mundial que eran inexistentes años atrás, tales como China y Rusia capitalistas la demanda de productos en base de pieles ha aumentado ya que cada vez hay más grupos de mayor poder adquisitivo. Esto debería ser un incentivo mayor para los productores a continuar expandiendo sus criaderos y producción y buscar comercializar prendas.
- Innovación dentro de la oferta: Actualmente se pueden comercializar prendas (sacos, tapados, camperas) y accesorios (guantes, estolas, bufandas, etc.).

También es importante nombrar las confecciones "Trims" que buscan la combinación de materiales de manera tal que se puedan encontrar prendas o accesorios donde se utilizan cueros y pieles. (sacones de cuero con cuellos y puños de chinchillas, o estolas de seda con recortes en los bordes de chinchillas, etc). Con esta innovación de combinar la piel con materiales más económicos, se consigue apuntar a otro segmento de la población mundial que antes no podía aspirar a tener prendas con pieles de animales exóticos.

4.3 Debilidades:

- **Capacidad de Producción:** Una cabaña mediana, las cuales son la mayoría en nuestro país, cuenta con un plantel de 250 hembras destinadas a la reproducción. Con esa cantidad de reproductoras al año se promedia que un criadero puede obtener unas 1000 pieles ya que cada hembra en promedio tiene 4 crías o gazapos. Siempre hay un porcentaje de mortandad el cual no es alto pero que debe ser tenido en cuenta. Más allá de ese porcentaje de mortandad, que muchos logran reducir a niveles muy bajos, se podría decir que una cabaña por año puede tener en promedio unas 1000 pieles. Dentro de esos 1000 ejemplares seguramente habrá pieles de buena, muy buena y excelente calidad que contarán con diferencias de tamaño, color, texturas y densidad. Este aspecto de poca cantidad de producción y bajo homogeneidad dentro de las pieles son circunstancias que todo criador afronta y que repercuten directamente en el proceso hacia la confección de prendas.

- Baja homogeneidad de las pieles: Para confeccionar un tapado de pieles se necesitan entre 100 y 120 pieles que cuenten con la misma calidad y las demás características de homogeneidad ya mencionadas. Para un criadero mediano que cuenta con una producción de 1000 pieles anuales se hace difícil conseguir esos 100 o más ejemplares de pieles que cumplan con las características requeridas. Esto se debe al enfoque y los objetivos con los que se trabajan. En la mayoría de los criaderos de nuestro país se trabaja con el objetivo de producir la mayor cantidad de pieles con la mejor calidad posible. Esto es saludable a los efectos de vender en cantidad pero si lo que se busca es aspirar a la confección de prendas es necesario focalizar la tarea de cría y producción de manera tal de conseguir calidad y homogeneidad en forma conjunta. Este aspecto hace que muchos criadores vean la confección como algo muy complejo. Se puede decir que la gran mayoría de los criaderos medianos que buscan vender cantidad sin priorizar la homogeneidad de las pieles no están en condiciones de afrontar la confección de prendas. Esta situación se puede superar y un criadero enfocando la producción hacia la calidad conjuntamente con un alto grado de homogeneidad podría llegar a contar con pieles para producir 4 o 5 tapados anuales.

Por estos motivos es fundamental que el criador tenga en claro sus objetivos ya que trabajar para vender pieles no es necesariamente lo mismo que producir con el objetivo de confeccionar prendas. Está claro entonces que no solo hay que aumentar la producción sino también igualar las características de las pieles. Estos ajustes pueden llevar entre 2 y 4 años, siempre y cuando se trabaje a conciencia.

- **Poca capacidad de asociación:** Las formas para la asociación son variadas dentro de las cuales se destaca la estructura Cooperativista la cual es usada por ciertos grupos productores. Mediante la asociación se pueden obtener muchos beneficios tales como ayudas financieras, comprar insumos para la cría a menores costos debido a la compra en conjunto para muchas cabañas, se podría aumentar la capacidad de producción, trabajar en conjunto en la comercialización de los productos y por ende exportar prendas con valor agregado a los mercados extranjeros logrando mayores ganancias. En cuanto a la confección de pieles, la asociación de criadores puede ser muy beneficiosa, ya que permitiría contar con una mayor cantidad de pieles lo que permitiría alcanzar una mayor producción y abriría las posibilidades de competencia y presencia en los mercados internacionales. Desafortunadamente los criadores suelen trabajar por separado debido a la poca confianza entre estos.
- El mercado interno es muy restringido y depende de extranjeros y turistas que visitan el país. Por esto los mercados internacionales deben ser el destino a buscar para la venta de prendas.
- Bajo o nulo conocimiento de los productores pequeños o medianos sobre comercio exterior.

4.5 Amenazas

- Los acopiadores de pieles o intermediarios siguen creciendo en el mercado local que obviamente no están interesados en promover la exportación de productos con mayor valor agregado.
- Grupos ambientalistas que se oponen al desarrollo del sector a pesar que dentro del mercado solo se comercializan pieles de animales de criaderos. La caza de

chinchillas silvestres no tiene sentido alguno ya que la calidad de la piel de la chinchilla silvestre es nula.⁶

5. Posibilidades de Negocios

Para un criador es fundamental reconocer la gama de productos que se pueden comercializar además de la venta de pieles que es actualmente el producto central de todo criadero. Además de las pieles curtidas se pueden vender confecciones semi-terminadas, prendas terminadas y accesorios. Dentro de las prendas terminadas no solo se pueden ofertar prendas de gran tamaño como sacos y tapados también se pueden comercializar accesorios tales como guantes, estolas, bufandas, carteras, etc. Estos productos de menor tamaño que requieren menor cantidad de pieles pueden permitir a un productor a realizar los primeros pasos dentro de un ámbito nuevo como es la confección. También hay una nueva corriente que busca imponer las confecciones donde se utilizan pieles combinadas con otros productos tales como cueros, obteniéndose así una prenda que lleva pieles de alta calidad pero a un precio accesible. Otro producto importante es el pelo suelto de chinchilla que en los últimos años ha tomado importancia.

Estas variantes ofrecen más y mejores posibilidades de negocios las cuales hacen la cría de chinchillas más interesante. Sin duda, dentro de las posibilidades nombradas, la confección de prendas ofrece los réditos más importantes.

5.1 Pieles curtidas: La venta de pieles sin ensamblar es el producto mas vendido en nuestro país por las cabañas productoras de chinchillas. Por lo general las pieles son vendidas a intermediarios o en menor medida a peleterías extranjeras. En

⁶ Asociación Argentina de Criadores de Chinchillas

ambos casos estos compradores se presentan en nuestro país para comprar en plaza las pieles. En este caso el que pone el precio de las pieles es el comprador y esto se debe a dos motivos fundamentales. Uno es que las pieles que cada criador vende no son homogéneas entre si por lo no pueden ser negociadas en conjunto. La gran mayoría de los criadores tienen como objetivo único vender en cantidad por lo que es muy poco común que un criador venda pieles de iguales características. El otro motivo que permite al comprador imponer el precio que paga por las pieles es que al tratar con cada criador por separado la cantidad de pieles que compra no le permiten al vendedor poder imponer condiciones en la venta. Bajo estas circunstancias no hay mucho trabajo de comercialización ya que los compradores se presentan en nuestro país ofreciendo comodidad para los vendedores y en la gran mayoría pago al contado.

5.2 Confecciones semiterminadas: También es importante remarcar que una posibilidad para los criadores/confeccionadores es buscar imponerse a través de la venta de confecciones semiterminadas. En este ámbito la posibilidad es vender mantas de pieles de chinchillas de 2 metros por 1 metro. Esas mantas presentan a todas las pieles ensambladas contando con la homogeneidad necesaria para la posterior confección de prendas. Este producto puede ser de interés de peleterías que quieren imponer su diseño y que no están interesadas en vender productos de terceros. Quizás este producto ofrezca menores réditos monetarios que la venta de prendas terminadas pero dependiendo de las circunstancias la venta de confecciones semiterminadas puede aportar al criador (que aspira ser vendedor de prendas) conocimiento de la clase de pieles que son requeridas para el diseño y confección de las prendas y comenzar a conocer mas

sobre los mercados y sus requerimientos. En un proceso de preparación la venta de confecciones semiterminadas puede ser importante como etapa de aprendizaje mientras el criador se desarrolla para poder en un futuro confeccionar sus prendas.

5.3 Prendas terminadas.

- **Tapados:** La producción, comercialización y venta de prendas son etapas mucho más complejas que el caso de las pieles y de las confecciones semiterminadas. En este caso el objetivo es vender las prendas a consumidores finales o en su defecto en el eslabón más cercano a estos. Todo dependerá de la capacidad de producción, precio y calidad de los productos a ofertar. Es importante establecer que el mercado interno no consume productos a base de pieles de chinchilla debido a su elevado costo. El único nicho de mercado posible en nuestro país son los turistas extranjeros que en ciertas oportunidades pueden llegar a consumir las prendas y accesorios de chinchillas. Por esta condición el mercado extranjero es el camino más recomendable para poder comercializar las prendas. Los mercados por excelencia que consumen prendas con pieles son Europa y Estados Unidos. Actualmente hay mercados en pleno crecimiento como China y Rusia que también se van incorporando al mercado de pieles y pueden participar como posibles demandantes. Tanto Europa como Estados Unidos presentan sus mercados desarrollados con un alto grado de competencia y una demanda sofisticada que conoce las bondades del producto. Esto sin duda requiere que las prendas a ofertar tengan un alto grado de calidad ligado a un precio acorde a los mercados internacionales. Basado en los puntos nombrados el principal obstáculo es la capacidad de producción de las prendas que en cierta forma marcará el canal de distribución y venta de las prendas. De todas las

posibilidades de negocios derivados de la cría de chinchillas la venta de prendas terminadas es el producto más rentable.

- **Prendas pequeñas y accesorios:** Más allá de la confección de tapados y sacones el productor puede comenzar a hacer sus primeros pasos como confeccionador realizando confecciones más pequeñas y accesorios que no requieran tanta cantidad de pieles y que por ende permitirá una mayor capacidad de producción. Se pueden destacar los guantes, bufandas, estolas, mantas con borde de pieles, etc. que requieren una menor cantidad de pieles lo que posibilita al productor poder juntar la cantidad requerida con la calidad necesaria más fácilmente. La confección y comercialización de productos que requieran una menor cantidad de pieles permite al productor obtener réditos monetarios, comenzar a conocer mercados y por sobre todo crecer de manera de ir adquiriendo la capacidad de producción necesaria para poder afrontar a futuro los desafíos de la confección de prendas tales como tapados o sacones.
- **Confecciones Trims:** Hasta 1994, sólo se hacían prendas de pura chinchilla (largos tapados, sacones 3/4, sacones cortos, también estolas y sombreros). Esa confección apuntaba a un segmento determinado, el segmento de más alto poder adquisitivo del mundo. Hoy se ha puesto de moda la combinación con prendas de cuero, seda, y pieles. Están en auge los TRIMS (recortes) de chinchilla que hacen posible conseguir sacones de cuero con cuellos y puños de chinchillas, o estolas de seda con recortes en los bordes de chinchillas. Con esta innovación de combinar la piel con materiales más económicos, se consigue apuntar a otro segmento de la población mundial. Hoy, una mujer de clase media alta puede tener su soñado tapado de chinchilla a un precio módico que consta de 80% cuero y 20% de chinchilla. Esta nueva realidad es también importante ya que

para un confeccionador con capacidad pequeña o quizás también para un grupo de criadores asociados se puede comenzar a participar en la confección a través de los llamados recortes de Chinchillas o trims. Debido a al menor precio de venta de estas confecciones es posible que el mercado interno pueda ofrecer un mercado mas apetecible para el productor.⁷

5.4 Pelo de Chinchilla: Los beneficios de la chinchilla no terminan con el uso de la piel, también se pueden obtener beneficios monetarios con el pelo suelto que vuela por los criaderos y que la chinchilla cambia continuamente.

El valor de las fibras sueltas suele rondar en los USD 200 o USD 250 el kilo, y ya hay gente de nuestro país que está fabricando sombreros, gorros, chalinas, bufandas con el pelo suelto mezclado 50% con lana y vendiéndola a precios altamente interesantes.⁸

6. Análisis proceso de producción de Tapado 7/8

6.1 Cría y producción: La cría tiene muchas facetas y una amplia gama de requerimientos para ser exitosos. A los efectos de este proyecto solo se nombraran las principales características. Como primera medida la chinchilla es agrupada por familias las cuales están conformadas por 1 macho y 5 hembras. Cada hembra cuenta con su propia jaula y el macho las mismas con las hembras. Para ello el macho pasa por un pasillo conector que lo conduce a cualquiera de las jaulas de las hembras. (Las jaulas son individuales y ocupan muy poco espacio - 35cm x 35cm x 55cm). Las jaulas deben ser limpiadas cada 7 días o 15

⁷ Micro emprendimientos Agrobot.

⁸ Aleandri, Fernando, "Cría y Comercialización de la Chinchilla". Producciones Graficas, Buenos Aires 2000

días según el elemento que se use como colchón para los animales. En el caso de usar viruta blanca el cambio debe ser cada 7 días y para el uso de piedra pomez el cambio puede ser cada 15 días. Los bebederos y comederos también requieren limpieza semanal. En cuanto a la alimentación una chinchilla come 25 gramos diarios de alimento balanceado, un puñado de alfalfa y agua. Según las circunstancias y necesidades hay otros alimentos que se pueden incorporar pero la dieta es generalmente basada en alimento balanceado y alfalfa. Sobre la gestación se puede nombrar que esta es 111 días y pueden tener entre 1 y 4 gazapos por parto (pueden tener 2 o 3 pariciones al año). Se recomienda 2 pariciones anuales. En promedio una chinchilla tiene 4 gazapos o crías anualmente. En cuanto a las enfermedades y pestes la chinchilla es un animal sano siempre y cuando se cumpla con mucho detalle las normas de alimentación, temperaturas del local, ventilación, extracción y cambio de aire, aislacion, etc. Es poco común que se necesite la asistencia veterinaria inclusive ni en el momento del parto el criador debe realizar tarea alguna ya que en el 95% de los casos la chinchilla no sufre complicaciones. Las instalaciones son un aspecto fundamental para el éxito. El local debe tener excelente ventilación, mantener una temperatura que no supere los 26 grados centígrados y que no sea inferior a los 10 grados centígrados en invierno. Muchos de los fracasos se deben a que las instalaciones no están bien diagramadas. En una habitación de 4 metros por 4 metros se pueden alojar 300 chinchillas.⁹

6.2 Cuereado y Curtido: Una vez que el animal esta en condiciones, ósea que la piel alcanzo la maduración optima deseada, debe ser sacrificado para poder realizarse el cuereado y desgrasado para que luego el cuero sea enviado para el

⁹ Aleandri, Fernando, "Cría y Comercialización de la Chinchilla". Producciones Graficas, Buenos Aires 2000

curtido. El cuereado no es complejo pero debe ser realizado de buena forma ya que el mínimo descuido puede arruinar las pieles. Básicamente el cuero debe apartarse del cuerpo cuidando de no tajarlo, y la parte que requiere más cuidado es el corte de las distintas partes de la cabeza, que por ser regiones donde hay muchos cartílagos deben trabajarse con prolijidad para que luego el curtido resulte satisfactorio. Es común dentro del sector que muchos productores contraten curtidores con experiencia para cuerear los primeros animales y así aprender. Cuando la piel esta limpia se realiza el estaqueado sobre una barra de madera durante 3 a 5 días. Luego la piel estaqueada se envía para el curtido a ser realizado por profesionales. Esta parte del proceso es terciarizado a curtiembres especializadas que trabajan según los estándares de calidad que los mercados internacionales requieren. La mayoría de las curtiembres de calidad se encuentran en la provincia de Buenos Aires. El curtido pretende transformar la piel de estos animales en un artículo inalterable además de mejorar su textura y suavidad. Esto se obtiene tratando la piel con soluciones curtientes y un tratamiento intenso de "sobado" que transformara la rigidez en una blandura característica del curtido artesanal de calidad.¹⁰ El costo de curtido por piel oscila entre USD 2 y USD 3.¹¹

6.3 Diseño y confección: Esta etapa es indefectiblemente terciarizada y como todas las etapas anteriores merece especial atención ya que de no contar con la calidad deseada el producto final se vera afectado negativamente. En nuestro país hay mano de obra capacitada para realizar el diseño y la confección a un costo muy competitivo. El proceso de confección comienza con un diseñador realizando el diseño de la prenda propiamente dicho que luego es llevado a un molde. Del

¹⁰ Aleandri, Fernando, "Cría y Comercialización de la Chinchilla". Producciones Graficas, Buenos Aires 2002.

¹¹ Curtidos Sudamericanos S.R.L

molde base se desprenden a su vez las diferentes progresiones o talles los cuales pueden ser utilizadas la cantidad de veces según la cantidad de prendas a realizar. Una vez que se dispone de los moldes y las progresiones se continúa con la etapa de confección de la prenda lo cual es llevado a cabo en peleterías o talleres especializados. Como primera medida se unen las pieles con costuras que son casi inalcanzables para el ojo humano. En el caso de la chinchilla se requieren 110 pieles en promedio para confeccionar un tapado 7/8. También es importante nombrar que la unión de las pieles es un trabajo complejo debido a la gran cantidad de pieles. Luego de tener una manta con todas las pieles juntas se comienzan a realizar los cortes según el molde y la progresión. Todo lo que se corta se vuelve a adjuntar de manera de desperdiciar lo menos posible de las pieles. Una vez que el tapado esta confeccionado en "bruto" debe ser entregado a un sastre especializado en pieles (las peleterías suelen hacer este trabajo) que coloca el forro interno a la prenda y da las terminaciones finales. De esta forma se da por terminado el proceso de producción de un tapado 7/8.¹²

7. Comercialización

Al tratarse de la comercialización de un artículo de lujo como los tapados de pieles, el mercado está compuesto por compradores del más alto poder adquisitivo y los grandes factores que determinaran el canal de distribución serán la calidad del producto, la capacidad de producción y el precio de venta.

La cadena de distribución esta generalmente compuesta por:



¹² Gabriela Michelena. Entrevista septiembre, 2006.

(nota: hay ocasiones donde el peletero saltea a la tienda especializada y vende directamente al consumidor final.)

Es importante establecer que es en la etapa de comercialización donde el trabajo asociado comienza a tomar mayor relevancia ya que la capacidad de producción es crucial para poder abrir mercados. Como punto de partida es menester aclarar que el objetivo será llegar a vender las prendas a tiendas o peleterías especializadas en la venta de prendas de pieles de alto valor y que tengan como segmentos de consumidores a estratos altos de la sociedad. A pesar de que los tapados de pieles son adquiridos por consumidores de gran poder adquisitivo dentro de las tiendas y peleterías también hay categorización y divisiones según la calidad de prendas que comercializan. Se pueden encontrar tiendas que trabajan con tapados de menor calidad y por ende de menor precio de venta al público. Estas tiendas serán una segunda opción ya que el objetivo será poder alcanzar las tiendas de mayor prestigio.

Dentro de un proceso de comercialización de prendas será importante tener en cuenta que el diseño y la marca del producto serán aspectos que podrán incorporar valor en el producto y según la situación se podrá vender prendas con diseño y marca propia o de terceros. Estos son factores determinantes y deben ser conocidos por el productor ya que pueden ser usados como herramientas durante la negociación con tiendas o peleterías extranjeras. Con estos aspectos ya nombrados se puede analizar la capacidad de producción y los canales de distribución, factores fundamentales del negocio.

7.1 Criador Aislado: Si se analiza un criador que trabajo en forma individual con una capacidad de producción de 4 o 5 tapados por año las opciones de comercialización son:

- **Representante en el exterior:** Un criador puede contar con un representante que coloque la producción en los mercados internacionales. Este representante puede trabajar bajo comisión por ventas. De esta forma no se tendría total manejo y conocimiento del mercado en el cual se desenvuelve el representante. Debido a la baja producción no se puede aspirar a tener una presencia directa en el mercado extranjero ya que los costos serían muy altos y no podrían ser soportados. La representación permite al productor a comenzar a conocer los mercados internacionales sin tener que arriesgar un capital que ponga en riesgo su equilibrio financiero. Hay que reconocer que bajo esta modalidad la tarea del representante/comisionista no será sencilla ya que no podrá acercarse a las grandes tiendas debido a la limitada capacidad de producción. A esto hay que sumar que los precios de venta también se verán afectados por la comisión que percibirá el representante y que limitará el precio competitivo del producto.
- **Venta a tiendas / peleterías del exterior:** A pesar de que alcanzar este canal de ventas es posible, para un productor con una limitada capacidad de producción, será difícil poder negociar con una tienda o peletería de gran prestigio. Un factor será el precio ya que es probable que al no tener capacidad de distribuir costos entre las prendas tanto en la producción como en la logística internacional se limite el margen de ganancia del importador del exterior lo que puede eliminar el interés por la operación. Bajo este canal de venta es importante estar atento a la posibilidad de que el productor deba confeccionar sus prendas siguiendo los requerimientos de diseño y confección que la cadena del exterior necesite. En caso de contar con interés por parte de tiendas especializadas será crucial ofrecer un producto que tenga un alto nivel de calidad que permita cautivar al comprador dejando de lado la poca capacidad de producción.

- **Mercado Interno:** El mercado interno es muy reducido ya que los únicos posibles consumidores de estos productos de lujo son los turistas extranjeros. Este nicho de mercado puede ser el puntapié inicial para poder comenzar a crecer y luego aspirar a realizar ventas en el exterior. Hay que destacar que las confecciones trims pueden ser una opción importante para el mercado interno.

7.2 Criadores Asociados: En el caso de contar con un conjunto de productores asociados que pueden llegar a producir 15 tapados o más anualmente las posibilidades de los canales de comercialización pueden ampliarse además de los ya nombrados para los productores con poca capacidad de producción.

- **Venta a tiendas / peleterías del exterior:** Este debe ser el canal que los asociados deben aspirar. Como primera característica fundamental las tiendas o peleterías deben comercializar productos de alto precio y calidad con clientes de alto poder adquisitivo. Las peleterías que trabajen con prendas de una calidad inferior o que no tengan prestigio en el mercado deberán ser opciones secundarias. Esta discriminación entre las tiendas y peleterías responde a que las prendas serán confeccionadas y diseñadas en vistas a satisfacer clientes que pertenezcan al segmento de mercado que las tiendas de alto prestigio cubren. Por esto se puede concluir que las tiendas de menor calidad no se verán en condiciones de incurrir en la comercialización de productos de alta gama. Además de la capacidad de producción y alta calidad de los productos es fundamental contar con un precio de venta óptimo que pueda capturar el interés de las tiendas o peleterías. Por lo general el vendedor extranjero intenta percibir entre un 60% y 50% de ganancias sobre el valor al que adquirió el tapado. (este aspecto se aclara en la sección de costos del proyecto). Las tiendas de prestigio y

renombre son las preparadas para adquirir prendas de calidad y precio que luego por su estructura y clientela de elite son capaces de vender sus productos a un precio mayor que ofrece ganancias optimas. Además de los aspectos nombrados es menester negociar el diseño y marca de las prendas, que según las circunstancias y las características de la tienda con la que se este tratando se decidirá que es lo más conveniente para el negocio. En cuanto a los mercados mas apropiados donde se encuentran las tiendas de renombre se puede nombrar Europa, Estados Unidos y Rusia. Para este proyecto se analizaran las posibilidades que ofrece el mercado norteamericano.

- **Venta directa en el exterior:** El capital necesario para poder soportar los costos de la venta directa mediante un establecimiento fijo o local en el exterior seguramente serán grandes y riesgosos por lo menos en un comienzo. Pero si el negocio crece y los criadores están comprometidos e interesados en tener presencia en el exterior, la apertura de un local de ventas en mercados extranjeros terminara siendo una opción necesaria para el bienestar del negocio. Este canal de venta dependerá del nivel de crecimiento del negocio. Sin duda el objetivo final debería ser estar presente en el exterior y poder cubrir toda la cadena de producción y comercialización sin depender de terceros.
- **Ferias internacionales:** Las ferias y demás encuentros del sector son siempre mecanismos óptimos para poder ampliar la cartera de negocios. Un grupo de productores podrá presentarse en ferias internacionales o demás encuentros del sector para ofertar su producción. La participación en ferias requiere de capital y conocimiento por lo que se deberá contar con el apoyo de todo el grupo de manera tal de poder participar en estos eventos. La participación en ferias puede

ser muy ventajoso tanto para productores que están comenzando a incursionar en mercados internacionales como para grupos ya experimentados.

8. Confección de Valor FOB de Exportación

Calculo Valor FOB y CIP	
Tipo de Cambio	3,1
Costo producción de piel curtida¹³	
Alimento-Pelets	\$ 12,59
Alfalfa nutri-cubos	\$ 2,03
Pasas	\$ 1,04
Vitaminas	\$ 0,10
Botiquín-medicinal	\$ 0,10
Polvo de mármol	\$ 0,39
Cama Mineral	\$ 0,84
Gas	\$ 0,10
Electricidad	\$ 0,50
Curtido	\$ 6,51
Sub-total	\$ 24,31
Pieles para 5 Tapados	\$ 13.367,83
Costo de Diseño¹⁴	
Costo Diseño	\$ 150,00
Costo Molde	\$ 120,00
Costo 3 progresiones	\$ 360,00
Sub-total	\$ 630,00
Costo de Confección¹⁵	
Costo Gral. de Confección	\$ 3.500,00
Ganancia	\$ 102.300,00
Ganancia	USD 33.000,00
Otros Gastos	
Gastos de Transporte Interno	\$ 150,00
Gastos de embalaje	\$ 200,00
Otros	\$ 150,00
Sub-total	\$ 500,00

¹³ Cabaña El Sol.

¹⁴ Gabriela Michelena, entrevista Septiembre 2006.

¹⁵ Peletería Laura Casari.

Total Costo Producción	\$ 120.297,83
Total Costo Producción	USD 38.805,75
Calculo Valor FOB - Tapado de Piel	
Costo producción (5 tapados)	USD 38.805,75
Honorarios Despachante	USD 350,00
Gastos Bancarios	2,00%
Derecho de Exportación	5,00%
Reintegro Extrazona	6,00%
Gastos en terminal de Carga	USD 100,00
Valor FOB – (5 tapados)	USD 39.557,14
Valor FOB unitario -	USD 7.911,43
Aspectos de Interés	
Costo de Producción Total	USD 5805,75
Derecho de Exportación	USD 1882,92
Reintegro	USD 2.373,43
Ganancia	USD 33.000,00
Ganancia Unitaria	USD 6600,00
Inversión Requerida por Tapado	USD 1785,96
Ganancia por Piel	USD 55,69
Calculo Valor CIP – New York	
Flete y Seguro Internacional ¹⁶	USD 450,00
CIP New York	USD 40007,14
CIP New York Unitario	USD 8001,43
Arancel de Importación (4%) ¹⁷	USD 1582,29
Tasa Procesamiento Aduanero (0,21%) ¹⁸	USD 86,39
Gastos bancarios y honorarios desp.	USD 600,00
Otros Gastos	USD 200,00
Valor DDP	USD 42475,00
Valor DDP Unitario	USD 8495,16
Ganancias cargada por el vendedor (60%)	USD 5097,10
Impuestos a las ventas (8,5%)	USD 1155,34
Precio de venta Final	USD 14747,60

Nota: Para obtener un mejor precio se recomienda realizar la exportación de los tapados en forma conjunta y poder distribuir costos de una mejor manera.

¹⁶ Aerolíneas Argentinas S.A – Servicio Cargas.

¹⁷ US International Trade Commission.

¹⁸ US International Trade Commission.

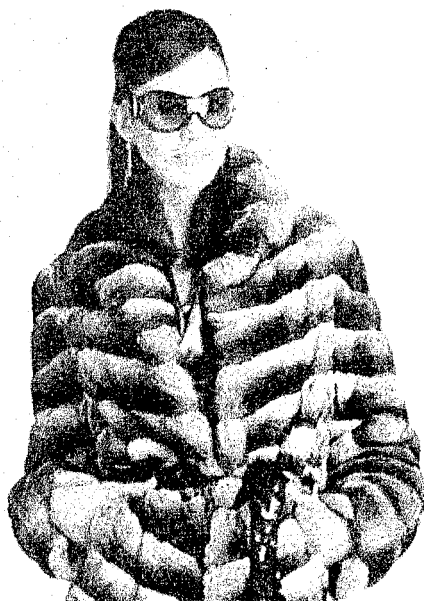
9. Análisis de la Competencia Internacional

Mercado norteamericano: El mercado de los Estados Unidos cuenta con una amplia red de tiendas y peleterías que ofrecen una gran variedad de tapados. Como se destacó anteriormente no todas las tiendas cuentan con las características de calidad de productos y nivel de precios necesarios para poder comercializar productos de alta gama como los destacados en este proyecto. En este apartado se pueden apreciar precios de venta final de algunas tiendas que ofrecen productos de alta calidad y que podrían ser posibles compradores de las prendas a exportarse.

- Precios de venta a consumidores finales de tapados 7/8 y Jackets.

Tapado 7/8 de Chinchilla

Precio de Venta: USD 14750¹⁹



Tapado 7/8 de Chinchilla

Precio de Venta: USD 15700²⁰



¹⁹ Fur & Fashions store.

²⁰ Fur & Fashions store.

Tapado 7/8. Precio venta USD 20250²¹

Tapado 7/8. Precio Venta USD 19950²²



Jacket Chinchilla Teñida

Precio Venta: USD 14850 ²³



Jacket Chinchilla Beige

Precio de venta: USD 15000²⁴



²¹ Fur & fashions store.

²² Casual furs store.

²³ Fur & fashions store.

²⁴ Kaufman Furs store.

10. Aspectos Financieros del emprendimiento

La etapa de mayor inversión durante un emprendimiento de cría de chinchillas se realiza al iniciarse el proyecto. Se pueden destacar los costos de las instalaciones (construcción o acondicionamiento de espacio físico, sistemas de ventilación, aire acondicionado y calefacción, ventiladores, jaulas, y demás elementos de trabajo) y los desembolsos destinados a la adquisición de los animales vivos. Por lo general un criadero requiere 3 años hasta que logra formar el plantel de hembras deseado que permita alcanzar una capacidad de producción de pieles óptima.

En esta ocasión y siguiendo con el enfoque de secciones previas se analizará la inversión requerida para una cabaña en funcionamiento y que cuenta con un plantel estable de 250 hembras que aspira dejar de ser un proveedor de pieles curtidas para incurrir en la confeccionar prendas.

Como primer aspecto es importante establecer que desde el momento que se decide trabajar con vistas a la producción de prendas se deberá tener una capacidad financiera de 2 años de manera tal de poder soportar los gastos hasta que se vendan las primeras prendas y se comience a recuperar el capital invertido. Luego de esos 2 primeros años los ciclos de venta se normalizarán pudiendo estos ser anuales lo cual permitirá entonces una normalidad y mayor rapidez en el flujo de capital.

- La costos para mantener en funcionamiento un criadero con 250 hembras y producir 5 tapados en los 24 meses iniciales se detallan en el cuadro siguiente:

Gastos 2 Primeros Años en U\$D		
	Primer Año	Segundo Año
Sueldo Personal	19355	19355
Costo de producción pieles – 1000 ejemplares-	7843	7843
Diseño y confección – 5 tapados-		1493
Gastos de exportación		1241
Derecho de exportación		1882
Total USD	27198	31814

Nota: dentro del costo de producción de 1000 pieles se incluye el costo de alimentación y mantenimiento de las 250 hembras reproductoras y 50 machos que están afectados a la reproducción y no a la venta de pieles.

Es importante remarcar que el tiempo de producción y venta de un tapado de piel es mayor que el requerido en la venta de piel curtida por separado. En ambos casos la piel debe ser trabajada por 11 meses (momento en el cual se sacrifica el animal) pero en el caso de la producción de prendas el criador deberá afrontar los tiempos de acopio de pieles hasta alcanzar la cantidad necesaria para comenzar a producir prendas (proceso que comienza en el primer año) mas el tiempo de confección y consumación de la venta de los tapados. Es probable que el productor de pieles al momento de comenzar con el proceso de producción de prendas deba soportar un año sin vender la totalidad de su producción de pieles para acumular ejemplares de manera tal que al siguiente año ya cuente con una cantidad de pieles que le permitan producir 5 tapados. El primer año solo podrá vender 600 pieles y las 400 pieles sobrantes deberán ser acumuladas en vistas a la confección de prendas. De este análisis se puede establecer que el productor de prendas necesitara una capacidad financiera superior al de un productor / vendedor de pieles, ya que el tiempo de espera hasta la consumación de las ventas de los primeros

tapados es mayor que el de las pieles. Luego los procesos se normalizaran a partir del tercer año y los tiempos de espera para un confeccionador podrán ser anuales.

- Flujo de Caja 4 primeros año:

	Años			
	1	2	3	4
Ingresos				
Exportación 5 Tapados		39557,14	39557,14	39557,14
Reintegro Aduanero (6%)		2373,43	2373,43	2373,43
Venta pieles 450 ejemplares		15750	15750	15750
Venta pieles 600 ejemplares	21000			
Egresos				
Cría y producción	7843	7843	7843	7843
Confección, gastos de export.		4616	4616	4616
Sueldos a personal	19354,84	19354,84	19354,84	19354,84
Resultado antes de impuestos	-6197,84	25866,73	25866,73	25866,73
Imp. Ganancias 35%		9053,36	9053,36	9053,36
Quebranto Impositivo		-6197,84		
Resultado U\$D	-6197,84	23011,21	16813,37	16813,37

Se puede establecer que un productor necesitara una inversión de de U\$D 6197 para poder soportar el déficit del primer año debido a que deberá vender un numero de pieles menores al que suele vender anualmente. La consumación de venta de los 5 tapados se realizaría hacia fines del segundo año por lo que se necesitara el capital necesario para afrontar el funcionamiento del criadero en ese segundo año mas los costos de la confección y exportación de las prendas el cual es de U\$D 31813,8. Este último monto podrá ser solventado en parte con las ventas de las 450 pieles que no participaran el la confección de prendas. Este monto es de U\$D 15750 y permitirá cubrir parte de los gastos del segundo año de una forma mas holgada. Los demás ingresos se concretaran con las ventas de los tapados por lo que durante el segundo año solo se puede contar con

las ventas de las pieles no destinadas a la exportación de prendas. Mensualmente esas ventas de pieles significaran un monto de U\$D 1295.

- La inversión requerida para soportar el funcionamiento del criadero y realizar la exportación de las prendas para los dos primeros años es de:

Ingresos	
Venta 450 pieles (2do año)	15750
Egresos	
Déficit primer año	6197,84
Gastos totales segundo año	31813,8
Total Inversión Requerida USD	22261,6

Al final del segundo año las ganancias del emprendimiento serán de U\$D 23011,21 con lo cual se recupera el 100% de la inversión requerida inicialmente para soporte del emprendimiento en los dos primeros años.

Como ultimo aspecto es importante remarcar que hay estímulos a la exportación tales como los reintegros aduaneros, 6% para la exportación de prendas de chinchilla, y el recupero del IVA pagado durante el proceso de producción que pueden ser cobrados. En cuanto al IVA no hay una gran incidencia en el valor final de cada prenda. El recupero rondaría alrededor en los U\$D 120 por prenda que surgen del IVA pagado por el curtido de las pieles, diseño y confección de las prendas, honorarios del despachante y otros gastos.

11. Normativa y aspectos aduaneros

Para poder exportar prendas fabricadas a base de pieles de chinchillas es menester cumplir con la normativa vigente referida a la cría y producción de pieles. Para la exportación de prendas es obligatorio presentar un certificado emitido por la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable que garantice que las pieles utilizadas en la confección fueron producidas en criaderos y que no se atentó contra la fauna silvestre.

Para poder obtener dicho certificado todo criador debe a su vez estar registrado en Senasa – Sección Fauna y seguir las normas que rigen para la actividad. Al momento de tramitar el certificado para la exportación el interesado deberá presentar una guía en la cual se especifica el origen de las pieles²⁵. A continuación hay un resumen de la normativa vigente sobre la producción de pieles que luego será la base para poder obtener los certificados necesarios para la exportación.

La Fiscalización y Control de los Criaderos de Chinchillas es llevada a cabo por: El Ministerio de Desarrollo Social, la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable y la Dirección Nacional de Recursos Naturales y Conservación de la Biodiversidad.

Marco Legal Vigente: Ley Nacional 22.421 Protección y conservación de la Fauna Silvestre. Decreto Nacional 691/81. Reglamentación de la Ley de Protección a la Fauna Silvestre. Resolución 26/92 Creación del Registro Nacional de Criaderos- Requisitos que deben cumplimentar los mismos. A su vez cada Provincia posee su propia reglamentación.

Para inscribirse como criadero, es suficiente inscribirse en la Delegación Provincial.

Para Exportar debe estar Inscrito en Fauna Nación, SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Animal) y en el Registro de Exportadores, que posee la Dirección general de

²⁵ Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable.

Aduanas, siendo este un trámite gratuito.

Para ello deberá estar inscripto en la DGI (cuit para empresas y cuil para personas físicas).

Resolución 148/89. Requisitos: Comercios Acopiadores/ Criaderos: Las personas interesadas en comercializar los productos (pieles, carne y otros) derivados de la caza comercial u /o provenientes de criadero, deberán solicitar la inscripción correspondiente como Comercio Acopiador a la Dirección Provincial de Recursos Naturales, para lo cual deberá cumplimentar los siguientes requisitos:

- Completar Planilla de Inscripción.
- Fotocopia de.
- Habilitación Municipal(los criaderos: Radicación o Permiso de Factibilidad)
- Cuando se trate de Sociedad, presentar contrato constitutivo debidamente inscripto.
- Libro de actas.
- Pago de la Tasa anual,(Criaderos sin cargo)
- En el caso de criaderos además: plan de manejo según Reglamento de Criadero de Fauna Silvestre.

Tenencia y Traslado: Las pieles acopiadas por los comercios inscriptos deben estar amparados por una única Documentación (Tenencia-Guía) la que es extendida por la Dirección Provincial de Recursos Naturales, respondiendo a la necesidad de los usuarios según lo establecido por la Disposición correspondiente que esta Dirección dicta para cada temporada. Esta documentación respalda la tenencia de las pieles, como así también el traslado de las mismas dentro de la provincia de Buenos Aires.

Los Criaderos pueden solicitar dicha documentación en el momento de presentar el inventario anual correspondiente.

Traslado a otra jurisdicción: Para el traslado fuera de la Provincia, las Tenencias- Guías se canjean por una Guía de Transito, generalmente con destino a exportación.

Tasas: Licencias de Caza Comercial \$ 30

Inscripción de Comercio Acopiador \$ 200

Inscripción de Criaderos Sin Cargo

Tenencia-Guia p/de criaderos Sin Cargo

Guías de Transito \$ 15

Elaboración por unidad, incluidos de criaderos. \$ 0,05

Normas Legales: Básicamente y como norma general podemos citar al Código Rural, Decreto-Ley 10081/ y su Reglamentario Decreto 1878/78. Concretamente en lo que se refiere a la comercialización e industrialización de especies; productos y/ o subproductos de fauna silvestre a la Resolución N° 175/83, que reglamenta esta actividad. En cuanto al manejo de criaderos, la Resolución N° 148/89 es la que determina las pautas respectivas.²⁶

Aspectos aduaneros relativos a la exportación:

	Prendas
Posición Arancelaria	4303.10.00.111K
Derecho de Exportación	5%
Reintegro Extrazona	6%
Plazo Ingreso Divisas	180 días

(Fuente: Fobcero)

²⁶ Secretaría Agricultura, Ganadería, y Pesca.

12. Conclusión y recomendaciones finales

La cría y producción de chinchillas, además de la venta de pieles curtidas, ofrece a los productores la posibilidad de vender productos con un alto valor agregado. En nuestro país la realidad nos muestra que la gran mayoría de criadores esta conforme con la rentabilidad que se obtiene por la venta de pieles curtidas a intermediarios internaciones, dejando para terceros el control de etapas posteriores en la cadena de comercialización de los productos derivados de pieles. Como en muchos otros sectores el productor es quien realiza un gran esfuerzo para llevar adelante su criadero a través de su tarea diaria y quien recibe menores ganancias que los que comercializan el producto al consumidor final.

Poder agregar valor en un producto requiere una mayor capacidad financiera, mayores esfuerzos, profesionalidad y legalidad. Desgraciadamente muchos de estos aspectos no son la característica primordial del sector lo que no significa que sea imposible alcanzar la producción y venta de prendas obteniendo una mayor rentabilidad por piel. A manera de ser hacer una simple comparación en cuanto a la rentabilidad obtenida por piel entre un criador y un productor que vende prendas las diferencias son amplias. Un productor que vende sus pieles a intermediarios obtiene, de una piel vendida a USD 40, generalmente USD 26 luego de cubrir los gastos de producción y los descuentos que aplican los intermediarios al comprar las pieles. Mientras que un productor que vende prendas y luego de cubrir sus gastos de producción tanto de las pieles como de diseño y confección del tapado y soportar los gastos de exportación obtiene una rentabilidad de USD 55,69 por piel.

También es menester tener conciencia de la importancia que tiene trabajar en forma asociada con otros criadores para poder contar con una mayor capacidad de producción

que permita llegar a los mercados que se desea. La asociación no es un requisito obligatorio para poder alcanzar la confección de prendas ya que es posible que un productor de envergadura mediana pueda aspirar a vender prendas terminadas. Es importante destacar que trabajando de manera aislada se limitarían las posibilidades de negocios y capacidad de crecimiento. Desafortunadamente el sector no se caracteriza por el trabajo asociado lo que ostenta contra el desarrollo y evolución.

Poder dar el paso hacia la confección de prendas no es sencillo pero es un desafío que puede ser superado ya que en nuestro país se cuentan con las condiciones necesarias (ventajas en costos, mano de obra competitiva y materia prima producida localmente) para poder ofrecer un producto competitivo, tanto en calidad como en precio, de manera de poder ser comercializado en los mercados internacionales en forma satisfactoria.

Además de las necesidades financieras que la confección de prendas requiere, las cuales pueden ser solventados con fondos propios o a través de líneas de financiamiento, el gran obstáculo a vencer es cambiar la mentalidad y objetivos trazados por los productores locales los cuales no ven la producción de prendas como la real faceta y fuente de ingresos que deberían aspirar en este sector. La venta de prendas en los mercados internacionales es posible, solo se requiere la decisión de trazar nuevos objetivos.

13. Referencias Bibliografía

- Aleandri, Fernando, "Cría y Comercialización de la Chinchilla". Producciones Graficas, Buenos Aires, 2002.
- Asociación Argentina de Criadores de Chinchillas. <http://www.chinchillas.com.ar>
- Cabaña El Sol. San Miguel de Tucumán.
- Casual Fur Store. <http://www.casualfurs.com>
- Cabaña El Dorado. <http://www.chinchilla.com.ar>
- Curtidos Sudamericanos SRL. Necochea, Provincia de Buenos Aires.
- Gabriela Michelena. Entrevista septiembre, 2006.
- Peletería Laura Casiari.
- Fur & Fashions Store. <http://www.fur-fashions.com>
- Kaufman Fur Store. <http://www.kaufmanfurs.net/>
- US International Trade Commission. <http://www.usitc.gov>
- Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca. <http://www.mecon.gov.ar>