

Plan de Negocio “La Tamalería

Plan de Negocio: Proyecto “La Tamalería Ibagué”

Diana Paola Barrios Rojas

Universidad Cooperativa de Colombia, Campus Ibagué-Espinal

Facultad de Administración de Empresas

Ibagué

2020

Plan de Negocio: Proyecto “La Tamalería Ibagué”

Diana Paola Barrios Rojas

Trabajo de Grado en la Modalidad “Idea de Negocio” para optar al título de
Administrador de Empresas

Asesor Disciplinar

Carlos Augusto Pinilla Moreno

Asesor Metodológico

Mario Samuel Rodríguez Barrero

Universidad Cooperativa de Colombia, Campus Ibagué-Espinal

Facultad de Administración de Empresas

Ibagué

2020



Esta obra está bajo una **licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.**

Tabla de contenido

Introducción.....	1
Emprendimiento y Liderazgo Femenino:.....	3
1. “¿Cómo anticiparse a los nuevos retos y oportunidades?”	3
1.1. Nombre del Proyecto	3
1.2. Nombre y e-mail de la emprendedora.....	3
2. ¿A cuál de los ODS contribuye la propuesta?.....	3
2.1. En la igualdad de Género	4
2.2. Reducción de las desigualdades	4
2.3. Trabajo decente y crecimiento económico.....	4
3. Descripción de la Idea.....	5
4. Socios / Aliado.....	7
5. Actividades principales.....	8
6. Recursos	9
7. Canales de distribución	10
8. Propuesta de valor	11
9. Clientes	13
10. Estructura de costes.....	14
11. Fuentes de ingresos.....	15



Plan de Negocio “La Tamalería	iv
12. Mercado	15
Conclusiones.....	17
Bibliografía	18
Agradecimientos.....	19



Esta obra está bajo una **licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.**

Introducción

“Los retos que enfrenta una mujer emprendedora no son diferentes a los que enfrentan los hombres. Sin embargo, el gran obstáculo que una emprendedora enfrenta es que la tomen en serio.” (Gonzalez, 2013).

El artículo de Gonzalez,2013 para Forbes México, habla de los desafíos que enfrentan día a día las mujeres en diferentes escenarios como, el mercado laboral, profesional y social que las lleva a incursionar en nuevos restos y proyectos.

Es así que el crecimiento del emprendimiento femenino es una evolución natural en el papel de la mujer en la fuerza laboral de nuestra sociedad (*Gonzalez, 2013*). Lo que muestra en la actualidad que se ha presentado como un fenómeno en la sociedad colombiana, definiendo a las mujeres como, emprendedoras.

Por lo anterior en el presente documento se muestra la evolución de la Tamalería Ibagué en cabeza de su cofundadora y administradora la estudiante del programa de Administración de Empresas, Diana Paola Barrios Rojas, quien por su determinación y capacidad de emprender nuevos retos para alcanzar los objetivos trazados en su proyecto, participó en el programa formativo de “Emprendimiento y liderazgo femenino: ¿Cómo anticiparse a los nuevo retos y oportunidades?; Campus Iberus Campus Iberus es el Campus de Excelencia Internacional (CEI) del Valle del Ebro promovido en agregación estratégica por las universidades públicas de las Comunidades Autónomas de Aragón y La Rioja, de la



Comunidad Foral de Navarra, así como la de la provincia de Lleida en Catalunya, (Campus Iberus España, 2020).

Gracias al buen desempeño y constancia en el proceso de formación en el que una de las principales metas era obtener nuevos conocimientos para ser empleados en este emprendimiento que nace desde la academia y que ha llegado a convertirse en una empresa con proyección a nivel local y regional; por consiguiente el proyecto “La Tamalería Ibagué” destaca entre los 200 proyectos presentados por las emprendedoras que hacían parte del proceso, llegando a la final en la jornada de fomento de la Agroindustria y el Desarrollo Rural de Ibagué, para integrar el grupo de doce (12) finalistas de cuatro universidades : Universidad Antonio Nariño, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad del Tolima y La Universidad de Ibagué.

Como resultado en la participación de la Jornada de Fomento Agroindustrial y rural de Ibagué, la emprendedora Diana Paola Barrios Rojas y su proyecto la Tamalería Ibagué, se obtuvo de uno de los cuatro premios otorgado por el campus Iberus a cada universidad siendo así la ganadora por la Universidad Cooperativa de Colombia., en el que se otorga el reconocimiento por desempeño y participación, y destaca este proyecto por su crecimiento y proyección social y empresarial para la región.

De manera que se presenta el informe con el cual se obtuvo la premiación por parte de los jurados nacionales e internacionales, con la finalidad de dar a conocer cómo se llevó a cabo el proceso y la selección del proyecto de emprendimiento y se muestra los resultados del mismo el cual inició a partir de una idea de negocio desde la Universidad y tomó forma gracias al apoyo y acompañamiento de los docentes del programa de administración de



empresas, quienes aportaron de manera importante con sus conocimientos para el crecimiento y fortalecimiento en las del proyecto

La presentación del proyecto ante los jurados nacionales e internacionales se realiza en formulario PDF, en el que se plasmaron aspectos importantes que permitieron dar a conocer de forma concreta la información social y empresarial en la que se desarrolla “La Tamalería Ibagué”, por lo anterior se anexa la información que contiene el formulario, la cual responde las preguntas diseñadas por el Campus Ibagué y que es evaluado por los jurados.

Emprendimiento y Liderazgo Femenino:

1. “¿Cómo anticiparse a los nuevos retos y oportunidades?”

1.1. Nombre del Proyecto

La Tamalería Ibagué

1.2.Nombre y e-mail de la emprendedora

Diana Paola Barrios Rojas

dianapaola.barriosrojas@gmail.com

2. ¿A cuál de los ODS contribuye la propuesta?



La Tamalería Ibagué, está encaminada a contribuir de manera gradual en los objetivos de desarrollo sostenible con los siguientes objetivos:

- 2.1. **En la igualdad de Género**, uno de los principales objetivos que busca alcanzar la Tamalería Ibagué, es impulsar la igualdad de género, su fuerza laboral está enfocada en la mujer como punto de partida en su línea de producción en el que es empodera y lidera el inicio del proceso de elaboración del producto, esto permite el crecimiento económico en la región.
- 2.2. **Reducción de las desigualdades**, en la actualidad se encuentra que existen aún mujeres que nunca se han incorporado en el mercado laboral, por diferentes situaciones, o han sido madre toda su vida o por falta de oportunidades, es por ello que La Tamalería Ibagué busca la inclusión para estas mujeres que les niegan los mismos derechos laborales que tienen los hombres. La división desigual del trabajo no remunerado es una de las brechas que se busca disminuir empoderando a las personas de bajos ingresos promoviendo la inclusión económica de todos y todas, independientemente de su género, raza o etnia.
- 2.3. **Trabajo decente y crecimiento económico**, en La Tamalería Ibagué se trabaja en la búsqueda del crecimiento económico sostenible mediante la innovación y el fortalecimiento de la cultura gastronómica de la región, mediante estrategias que permitan estimular el ámbito empresarial y la creación de empleo justo y que se adapte a la situación familiar y social del colaborador, que permitan incorporar perfiles que se ajusten al modelo de negocio y a su vez este se ajuste al tipo de ocupación que desean las personas, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad.



3. Descripción de la Idea

"La Tamalería Ibagué" es un sueño familiar, un sueño que trasciende a la creación de una visión social y medio ambiental, no sólo queremos generar utilidades bajo nuestra razón social, sino generar valor agregado desde la base de responsabilidad social empresarial, fomentar e impulsar la identidad histórica del Tamal Tolimense para el departamento, dado el reconocimiento y posicionamiento que tiene a nivel nacional. (Paredes, 2020)

La necesidad de innovar transformando un plato típico en un producto que esté presente en las tendencias cambiantes del mercado, manteniendo, su origen y naturaleza tradicional, con fin de resaltar la tradición del departamento del Tolima, que conlleve a preservar una insignia como región, a posicionar el turismo, las costumbres y la cultura.

El tamal de "La Tamalearía Ibagué" va dirigido a un amplio mercado, que requiera consumir un producto tradicional elaborado bajo unas características especiales acorde a la preferencia gastronómica del consumidor, con esto quiere decirse que no hay un nicho de mercado seleccionado.

¡Hoy!, el mercado se encuentra en constante evolución, las nuevas tendencias, las innovaciones y los valores agregados, han generado en las personas la necesidad de visualizar nuevos horizontes, nuevas estrategias y nuevos enfoques, por lo cual “La Tamalería Ibagué”,



diseña en su propuesta la personalización del producto. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2009)

"La Tamalería Ibagué", busca contribuir al desarrollo económico sostenible por medio del apoyo a sus colaboradores, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objetivo de mejorar su calidad de vida. No solo realizar trabajos sociales en la comunidad sino el fortalecimiento de la inclusión de madres cabezas de familia, ayudando a minimizar la cifra de desempleo que tiene la ciudad de Ibagué, siendo el segundo lugar a nivel nacional para el trimestre de junio - agosto de 2020, con una tasa de desempleo del 36,9% en las mujeres, siendo la segunda ciudad con la brecha más alta con mujeres entre los 25 y 44 años, las cuales se encuentra en edad productiva. (Ministerio de Industria y comercio , 2017)

Entre las fortalezas que tiene "La Tamalería Ibagué", se encuentra que cuenta con personal con experiencia técnica en los procesos, con más de 20 años de trayectoria en la producción de tamales , el negocio de La Tamalería Ibagué ofrece estabilidad laboral evitando la rotación de personal siendo su mayor objetivo, esto obedece a que es una empresa familiar enfocada a generar sentido de pertenencia, motivación y un agradable clima laboral que permite evidenciar un aumento en el índice de crecimiento de sus ventas, en que se pasa de producir de 20 a 30 tamales semanales, a producir de 70 a 100 en un fin de semana normal, que no incluye fechas y eventos especiales.



Una de las debilidades es que no se cuenta con un sistema de distribución por volumen de producto y no se cuenta con una ubicación Física para ventas directa y distribución.

4. Socios / Aliado

Se describe la red de proveedores y socios estratégicos que la idea necesita para que el proyecto funcione.

"La Tamalería Ibagué" actualmente cuenta con proveedores locales como la cadena de supermercados Mercacentro, distribuidora de pollo y huevos vigor, distribuidora de carne de cerdo Danny, Distribuidor de hoja de plátano Emma de Natagaima, estos proveedores directos para la producción del producto principal (Tamal Tolimense), lo que corresponde a los subproductos del proyecto tal como son los desayunos típicos, para estos se tienen proveedores de empaques y decoración como lo es Mundo Icopor, Graficajas, Quimienvases y Piñatería de la 16, todas estas empresas son de origen tolimense, lo que permite a La Tamalería Ibagué afianzar la relación con los comerciantes de la región.

Para implementar una de las estrategias comerciales de "La Tamalería Ibagué" es importante realizar alianzas comerciales con Restaurantes típicos de la ciudad, así mismo que



Hoteles de alto reconocimiento e impacto turístico en la región, esto permite impulsar el negocio por medio de su idea innovadora como es la personalización del producto y de esta manera atraer un mayor número de clientes a degustar la gastronomía tolimense, proporcionando diferentes alternativas para la preferencia gastronómica, a su vez la participación activa en actividades programadas por entidades gubernamentales dirigidas a la gastronomía que permite a la Tamalería Ibagué visibilizar su propuesta e incrementar la participación en el mercado local e impulsar la cultura gastronómica de la región.

5. Actividades principales

Describe las acciones más importantes que la empresa debe llevar a cabo para que la idea de negocio funcione.

La Tamalería Ibagué cuenta con un personal que posee alta experiencia técnica en la producción, con más de 20 años de trayectoria elaborando tamales tolimenses, el negocio “La- Tamalería Ibagué” en su estructura organizacional permite ofrecer estabilidad laboral debido a la correcta gestión que realiza en sus procesos, es por ello que tiene como objetivo, la no rotación de personal y generar sentido de pertenencia, motivación con un interesante clima laboral, para ello es importante la continua capacitación con alto nivel de formación y un eficiente índice de desempeño, que permita el incremento de ventas, se evidencia como La Tamalería Ibagué ha venido obteniendo un crecimiento gradual en su producción y ventas en



donde se ha pasado de 30 unidades de producción en tamales semanales, a producir de 70 a 100 en fin de semana normal, sumándole las temporadas altas como son el día del Tamal 24 de Junio, navidad y fechas especiales.

Adicional a la producción del Tamal tradicional, el personalizado, del tamal de referencia pequeño 250gr para niños y el gourmet de 175 gr para eventos en el que el tamaño es uno de sus principales características a resaltar junto a la presentación en el que se viste el producto de gala, se suma la creación de la línea de desayunos típicos para fechas especiales en que el componente principal es el contenido de los productos típicos de la región con el atenuante en una presentación atractiva.

6. Recursos

Se explica qué recursos necesita la empresa para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos del mercado y percibir ingresos.

La empresa actualmente opera bajo recursos propios de manera orgánica, donde se administran de manera eficiente sus ingresos , realizando inversiones en insumos y material que se requiere para la puesta en marcha del impulso de la marca, sin embargo estos recursos no son suficientes para el impulso que requiere la empresa para su crecimiento y expansión, para ello se requiere inversión en temas de logística y distribución que permita contar con un



medio de transporte para hacer entregas oportunas, eficientes y con un alto nivel de servicio, actualmente se maneja con empresas de domicilios, sin embargo no se cuenta con un servicio que brinde atención oportuna, con excelencia en el servicio tal como se requiere.

En producción La Tamalería cuenta con los implementos necesarios para cubrir el mercado en un 50% con su capacidad instalada, sin embargo es necesario ampliación en automatización para el área de producción, así como la implementación de un punto físico para su producción, almacenamiento (para este se requiere un sistema de refrigeración industrial), y distribución (un punto que permita facilitar el traslado de productos para minimizar tiempo y costos en las entregas), esto permitiría a la empresa ampliar sus negociaciones y compromisos comerciales.

Actualmente La Tamalería Ibagué se limita en realizar negociaciones de mayor volumen debido a que no cuenta con la capacidad instalada para la producción y distribución que requiere sus clientes.

7. Canales de distribución

Se describe la manera en que la empresa alcanzará el mercado elegido para llevar la propuesta de valor hasta los clientes.



Actualmente la empresa presenta su propuesta de valor a través de canales de comunicación como las redes sociales, cuenta con su perfil de Instagram y Facebook, en - Instagram se pasó de 50 a 371 seguidores en cuatro meses esto debido a la gestión comercial y el seguimiento continuo que se realiza, de estos seguidores cuenta con 80 clientes fijos que en cada entrega suman nuevos clientes.

Se desea llegar a canales formales para su distribución como son los supermercados, almacenes de cadena, restaurantes de comida tradicional y hoteles representativos de la región, adicional la creación e implementación de la página web que permita la sistematización en la que se promocionen los productos de La Tamalería Ibagué, con el factor diferenciador de la personalización del tamal tradicional, se tomen los pedidos por medio de un carrito de compras en la página que permita al cliente elegir su menú y armar el tamal a su gusto con los ingredientes principales, esto permitirá especializar el proceso de toma de pedidos para el proceso de producción y control de tiempos.

8. Propuesta de valor

Se explica la manera en que la idea de negocio resuelve una necesidad en el mercado, así como el componente innovador que ofrece: por qué razón los clientes elegirían el producto/servicio que se ofrece.



La Tamalería Ibagué ofrece a sus clientes el tamal tolimense tradicional cargado de todo el sabor, calidad y tradición de la gastronomía de la región, con el atenuante que le permite al cliente personalizar a su gusto para satisfacer las preferencias del paladar de cada cliente cumpliendo sus expectativas en cuanto a sabor, ingredientes, tamaño y variedad, bajo altos estándares de calidad y servicio al cliente, en la personalización se añade a la propuesta la presentación en el que se hace la entrega al cliente de su producto bajo las medidas de seguridad necesarias para evitar contaminación externa junto con un impecable e innovadora presentación que sin salirse de la tradición permite al cliente recibir un producto en una presentación amigable con el medio ambiente, en el que la bolsa de papel acompaña la entrega final.

El producto principal está ingresando a la nueva tendencia de los desayunos sorpresas, con el punto diferenciador que el desayuno contiene el formato de presentaciones atractivas y novedosas acorde a la fecha a celebrar, con la diferencia que los productos que acompañan los desayunos especiales son los típicos de la región en el que el tamal es acompañado por el tradicional chocolate, almojábana, achiras, arepa de maíz y jugo de naranja, se suman los postres típicos como el arroz con leche, la lecha asado o el postre de breva con arequipe.

Esta propuesta pretende atender el porcentaje de mercado desatendido en el que se quiere entregar el concepto de desayuno casero especial diseñado para cada ocasión.



9. Clientes

¿Cómo la empresa se relaciona con los clientes y cuáles son los segmentos o grupos de personas o entidades que se quieren alcanzar con la propuesta de valor?

El acercamiento con los clientes se realiza de manera fraternal de manera formal en el que el foco es hacer sentir al cliente que hace parte de una familia, actualmente todos los clientes de la empresa pertenecen a la familia de “La Tamalería Ibagué”, quienes son fidelizados por medio de una comunicación directa a través de la llamada telefónica, mensaje de texto, WhatsApp, tarjetas de cumpleaños como post en las historias de Instagram, adicional a ello se lleva una base de datos con la fecha de cumpleaños de cada cliente donde en esta fecha se envía con los pedidos que realiza en ese mes un souvenir entre otras. Adicional a esto, existe una interacción con los clientes a través de la Social Media (Redes sociales) donde se da conocer el producto, las presentaciones, promociones y actualizaciones que realiza la marca, en el que se da a conocer el valor agregado y las cualidades propias de “La Tamalería Ibagué”. Actualmente se maneja una relación comercial frecuente con el cliente persona natural, y se presentan de manera regular negociaciones con personas jurídicas tales como, universidades, entidades bancarias y corporaciones sin ánimo de lucro como el Centro Regional de Productividad del Tolima, mediante la propuesta de valor se pretende incrementar las relaciones comerciales con empresas de la región en pro de expandir el producto en la región.



10. Estructura de costes

¿Cuáles son los costes asociados a la puesta en marcha del modelo de negocio?

La Tamalería Ibagué actualmente cuenta con una estructura de costes en los que se financia mediante recursos propios en lo relacionado con:

- Los costos variables se desprenden de producción, en los que se ve reflejado el aumento disminución de los mismos acorde a la cantidad de unidades a producir según la temporada en la que se desarrolle, la negociación realizada con empresas o personas naturales
- La publicidad, dedica una parte de los costos variables que van acorde a la necesidad del mercado.
- Y los costos semivariables como el pago de servicios, está condicionado al número de unidades a producir.
- La distribución, actualmente abarca un valor significativo en los costos debido que es tercerizada y su costo varía según el tipo de proveedor, la negociación que se realiza y las zonas de distribución.



11. Fuentes de ingresos

Explica el modo en que la empresa va a generar ingresos de cada uno de los segmentos del mercado.

En su estructura de Ingresos, se contempla:

El precio de los Tamales que va por referencias con un rango de: \$3.500 y \$5.000, estos ingresos se reciben por medios de pago como son, consignaciones por medio de Nequi, cuenta de ahorros Colpatria, pago contra entrega efectivo.

La rentabilidad que genera el producto está en el 50%

12. Mercado

Describe la manera en que la empresa alcanzará el mercado elegido para llevar la propuesta de valor hasta los clientes.

La Tamalería Ibagué se encuentra en el proceso de proyectarse como la empresa líder de gastronomía tradicional en el departamento del Tolima, ofreciendo un producto y servicio de alto valor, con sentido social, innovador, promoviendo la identidad y arraigo de la región. Obedeciendo a las necesidades del consumidor con un producto de alta calidad, un sistema de



distribución eficiente y la ampliación de líneas de producto teniendo como base el representativo tamal Tolimense.

La Tamalería quiere proyectarse como una empresa fuerte en el área de producción, marketing, servicio al cliente e innovación conservando el típico Tamal Tolimense, permitiendo que de acorde a su preferencia en temas de alimentación o por condiciones de salud las personas puedan personalizar su plato típico sin que este salga de los lineamientos tradicionales pero si abriendo una brecha al cambio, con infraestructura tecnológica lo cual permita a la Tamalería llegar a diferentes clientes potenciales.

En las estrategias que implementa la empresa es la ampliación del portafolio de productos, la línea de desayunos proporciona un incremento gradual de clientes en todas las temporadas lo que proporciona a La Tamalería Ibagué mantener activas las propuestas comerciales tales como, promociones y fidelización de clientes, participación en eventos y ferias gastronómicas que suministran una ventana importante de impulso para la comercialización y visibilización de la empresa que proporciona publicidad e impulso de la marca.



Conclusiones

El Proyecto La Tamalería Ibagué nace de una idea que busca llevar la gastronomía de la región, como es un plato típico de una familia tradicional tolimense quienes con el amor y entrega que brindan al proyecto han logrado escalar grandes peldaños en la búsqueda del éxito y la preservación de una tradición arraigada en la elaboración de un producto autóctono, llevándolo a fusionar tradición con innovación para llegar a ser parte del comercio local y regional, logrando posicionarse y ser reconocidos, Diana Paola Barrios Rojas hija, junto a sus padrea Rodrigo Barrios Céspedes y Gilma Rojas Castro han logrado convertir una idea en una empresa familiar de grandes proyecciones en aras a seguir creciendo.

Por lo anterior la presentación del proyecto “La Tamalería Ibagué” en el programa formativo de emprendimiento y liderazgo femenino, fue un reto importante en el que se dio a conocer una idea de negocio que nace como un sueño familiar y se materializa en la academia iniciando su formalización, desarrollándose paso a paso de la mano de los docentes del programa de administración de empresas, con el apoyo y asesoramiento del docente que lidera el programa de emprendimiento, Carlos Augusto Pinilla., dándose como resultado el otorgamiento del premio en la jornada de fomento de la agroindustria y desarrollo de Ibagué, lo que permite exaltar la labor que realizan los docentes de la Universidad Cooperativa en su formación sumado al liderazgo, dedicación y trabajo constante de la cofundadora y administradora del proyecto, quien desarrollo e implementó la idea de negocio con el fin de dar a conocer al mercado local y regional la grandeza de las manos de sus padres y su amor por la tradicional comida colombiana.



Bibliografía

Campus Iberus España. (12 de 2020). <https://www.campusiberus.es/>. Obtenido de <https://www.campusiberus.es/>: www.campusiberus.es

Gonzalez, A. R. (15 de 08 de 2013). www.forbes.com.mx. Obtenido de www.forbes.com.mx: www.forbes.com.mx/el-emprendimiento-femenino/

Ministerio de comercio, industria y turismo. (11 de 2009). *Evaluación de la gastronomía colombiana*. Obtenido de deontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/EVALUACION_DE_LA_GASTRONOMIA_COLOMBIANA_PARTE_2.PDF

Ministerio de Industria y comercio . (8 de 2017). Obtenido de fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/EVALUACION_DE_LA_GASTRONOMIA_COLOMBIANA_PARTE_2.PDF

Paredes, V. &. (2020). Plan de marketing estratégico para el emprendimiento “La Tamalería”. (*Trabajo de grado*). Universidad Cooperativa de Colombia, Ibagué.



Agradecimientos

Quiero dar gracias a todas y cada una de las personas que hacen parte de este proyecto, en primer lugar a Dios, quien me permitió retomar mi carrera, me dio fuerza y valor para afrontar cada uno de los retos, agradezco a mi madre Gilma Rojas Castro y mi padre Rodrigo Barrios Cespedes, quienes han sido mis compañeros de viaje, de aventuras y coequiperos en este hermoso proyecto que decidimos emprender juntos, y que gracias a ellos logre llevar a cabo con orgullo este sueño familiar, gracias a su apoyo, confianza y por creer en mí, hemos logrado cumplir cada uno de nuestros objetivos paso a paso con dedicación, compromiso, amor y unión familiar, agradezco a mi hermana, mi cuñado y mi amado Samuel, por todo su amor, su apoyo y por creer en todos y cada uno de los pasos que emprendemos para seguir adelante y lograr materializar nuestros sueños, y un agradecimiento especial a nuestros clientes y a la Universidad Cooperativa de Colombia, quienes han seguido nuestro proceso de crecimiento y apoyan nuestro trabajo.

