



**Cámara de
Comercio de
Cali**



Plan de Acción

Belleza y Cuidado Personal

INICIATIVA CLUSTER



Agenda

1

Introducción

2

Caracterización del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

3

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

4

¿Qué sigue?



Agenda

1

Introducción

2

Caracterización del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

3

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

4

¿Qué sigue?



Iniciativas Cluster



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER

306 empresas
Ventas 2014 USD 3,3 miles de millones



Excelencia Clínica

INICIATIVA CLUSTER

526 empresas
Ventas 2014 USD 4,1 miles de millones



Macro Snacks

INICIATIVA CLUSTER

189 empresas
Ventas 2014 USD 3,2 miles de millones



Bioenergía

INICIATIVA CLUSTER

2.891 empresas
Ventas 2014 USD 2,9 miles de millones



Belleza y Cuidado Personal

INICIATIVA CLUSTER

155 empresas
Ventas 2014 USD 1,7 miles de millones



Cámara de Comercio de Cali

Proceso de Consolidación de una Iniciativa *Cluster* (IC)

Número de Empresas Involucradas



Etapas del Proceso de Consolidación de la Iniciativa *Cluster*

Proyecto en implementación
**Nuevos modelos de negocio
para las empresas de la
Iniciativa *Cluster* de
Bioenergía del Valle del Cauca**



Bioenergía
INICIATIVA CLUSTER



Cámara de Comercio de Cali

Componentes

1

Caracterización Biomasa

Inventario y potencial de generación de energía de fuentes de biomasa disponibles en el Valle geográfico de río Cauca

2

Alternativas tecnológicas de aprovechamiento de Biomasa

Recolección, transporte , tecnologías y usos de Biomasa priorizada en el Valle geográfico de río Cauca

3

Modelos de negocio para Bioenergía

Definición y estructuración de la alternativa más rentable para la participación de las Empresas del *Cluster* de Bioenergía en el mercado de energía de Colombia



Usuarios Finales y Entidades de Apoyo



Entidades de Apoyo





Proteína Blanca
INICIATIVA CLUSTER

Curso de formación en desarrollo de productos



Cámara de Comercio de Cali

Curso de formación



Proteína Blanca
INICIATIVA CLUSTER

Objetivo: Fortalecer las áreas de innovación de las empresas del *Cluster* de Proteína Blanca a través de un curso especializado en el desarrollo de nuevos productos

Temática: Programa de formación teórico en tecnología de productos cárnicos y platos precocinados/Ready To Eat

Duración

23 noviembre – 1 diciembre 2015

Empresas participantes en el Curso



CARNES Y DERIVADOS
DE OCCIDENTE S.A.



Patrocinadores





Proteína Blanca
INICIATIVA CLUSTER

Proyecto Estructurado



Desarrollo de Cadenas Productivas y
Fortalecimiento sectorial - MIPYMES



Nuevos modelos de gestión y producción para la competitividad de las MIPYMES de la cadena de valor de Proteína Blanca

Objetivo: Contribuir al aumento de la competitividad de las MIPYMES de la cadena de valor de Proteína Blanca a través del mejoramiento de la calidad de los procesos y del acceso a canales de distribución más sofisticados

Actividades:

- 1.** Certificaciones HACCP e ISO 9001 para sofisticación de procesos y productos
- 2.** Diseño página web para acceso a nuevos clientes en los diferentes canales de distribución

Valor del proyecto: COP 80,3 millones



Proteína Blanca
INICIATIVA CLUSTER

Proyecto Estructurado



RETO *CLUSTER*





Sofisticación de productos para la competitividad del *Cluster* de Proteína Blanca

Objetivo: Empresas del *Cluster* de Proteína Blanca del Valle del Cauca con conocimientos y capacidades para desarrollar productos más sofisticados (IV y V gama), con acceso a segmentos de mercado más especializados

Valor del proyecto: COP 1.500 millones



67%

COP 1.000 millones



33%

COP 500 millones

Empresas participantes en RETO CLUSTER

Usuarios Finales



Entidades de apoyo





Macro Snacks
INICIATIVA CLUSTER

Plataforma de desarrollo de producto y acceso a nuevos mercados para las empresas del *Cluster* de Macrosnacks



RETO CLUSTER



Cámara de Comercio de Cali

Plataforma de innovación regional para el desarrollo de productos más sofisticados fortalecida y modelo de acceso a nuevos mercados para las empresas del *Cluster* de **Macrosnacks** definido

Transferencia de conocimiento:
Centro de Innovación Internacional

**Empresas fabricantes
vinculadas
al Proyecto**

Aliados Estratégicos
(CCC, Alcaldía,
Gobernación del Valle)

**Empresas
Industria auxiliar
vinculadas al Proyecto**

**Universidades centros
de investigación/
regionales**

**Universidad
Regional**



- Desarrollo de productos sofisticados
- Evaluación de prototipos
- Desarrollo de procesos y empaques
- Análisis sensorial
- Validación comercial (testeo)

Empresas participantes en RETO CLUSTER



Entidades de Apoyo



Diagnóstico de Brechas de Capital Humano en el Cluster de Macrosnacks



Macro Snacks
INICIATIVA CLUSTER



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster



Objetivo General

- Generar un primer acercamiento cualitativo a la identificación de los problemas de pertinencia y actualización en las competencias transversales y específicas de los **perfiles estratégicos para la competitividad y la productividad** de las empresas del *Cluster* de Macrosnacks del Valle del Cauca

Impulso a la competitividad del *Cluster* de Excelencia Clínica a través de la gestión del Conocimiento y la Innovación

El proyecto responde a la Línea Estratégica 1, 2 y 3 del Plan de Acción

1. Fortalecimiento de la especialización

Evaluar la oferta especializada actual en el Valle del Cauca, cerrar brechas frente a los criterios de compra y realizar acciones de posicionamiento y acercamiento al paciente nacional

2. Desarrollo y comercialización de productos/servicios basados en conocimiento

Implementar modelos de innovación e I+D traslacional y/o básica en las instituciones del Valle del Cauca como base para el desarrollo de conocimiento diferenciador

3. Acceso y posicionamiento en canales especializados

Fortalecer el acceso a los mercados objetivo nacional e internacional con metodologías de desarrollo de negocio y estrategias de posicionamiento médico

4. Fortalecimiento del destino de salud

Obtener una evaluación objetiva del A. M. Cali como destino de salud y establecer estrategias de fortalecimiento de la industria auxiliar y posicionamiento del destino

Objetivo del Proyecto

Nuevos modelos de negocio y desarrollo de productos para las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Excelencia Clínica, a través de la consolidación de las Unidades de Innovación y Valorización en Servicios Clínicos Especializados (sofisticación de servicios, paquetización y valorización del conocimiento)

Valor del Proyecto: COP 1.916.008.720



52,2%

COP 1.000 millones

47,8%

COP 916.008.720



Objetivo del Proyecto

Nuevos modelos de negocio y desarrollo de productos para las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Excelencia Clínica, a través de la consolidación de las Unidades de Innovación y Valorización en Servicios Clínicos Especializados (sofisticación de servicios, paquetización y valorización del conocimiento)

Valor del Proyecto: COP 1.916.008.720



52,2%

COP 1.000 millones

47,8%

COP 916.008.720



Empresas participantes en RETO CLUSTER



Desarrollo de nuevos servicios y modelos de negocio para la internacionalización de las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Excelencia Clínica

Objetivo del Proyecto

Fortalecer las capacidades de las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Excelencia Clínica en el desarrollo de nuevos modelos de negocio para la atención de pacientes internacionales

Valor del Proyecto: COP 45 millones



70%

COP 31,5 millones

30%

COP 13,5 millones



Empresas participantes

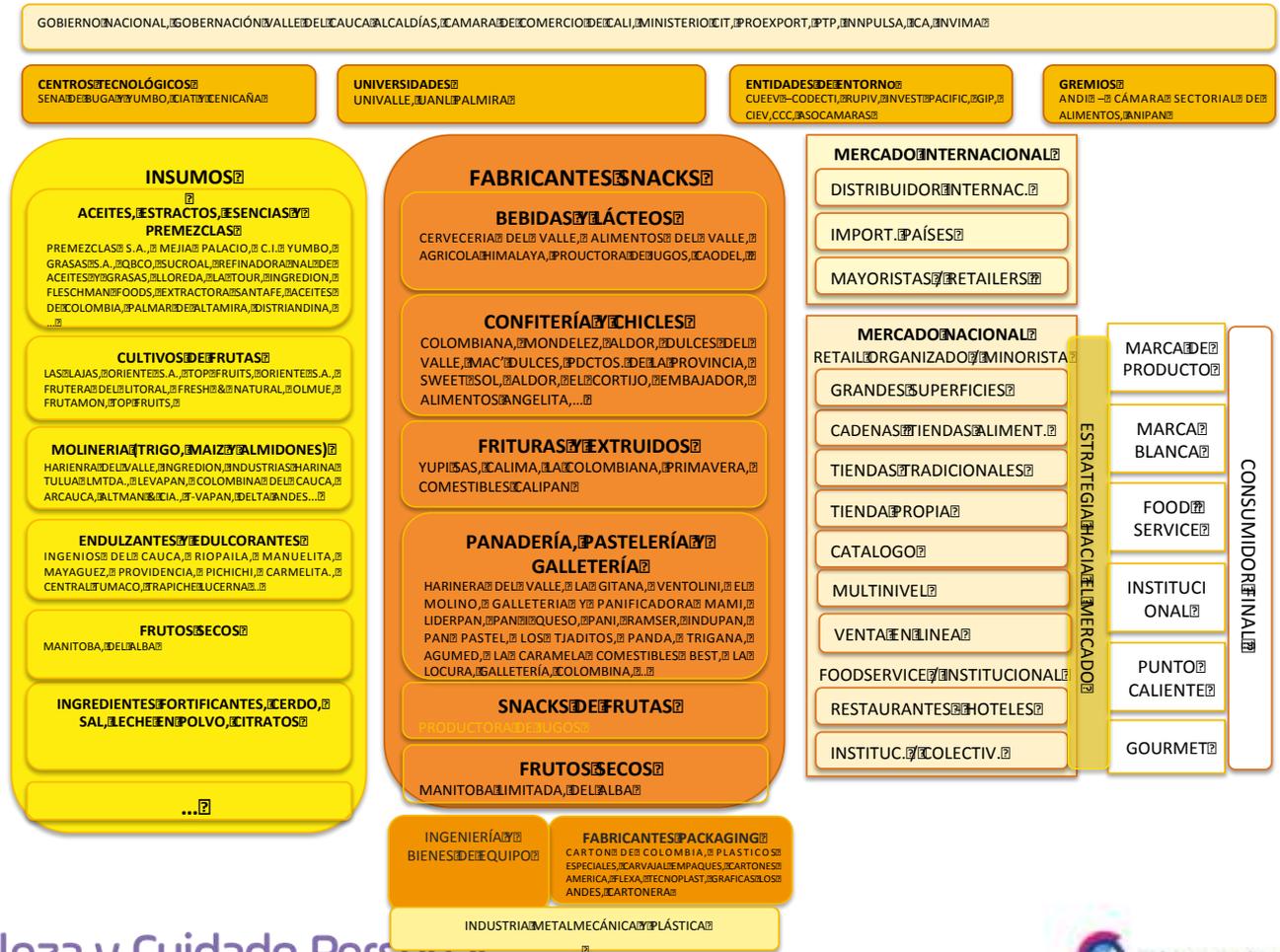


Entidades de apoyo



CLUSTER: 3 DEFINICIONES

REALIDAD ECONÓMICA



¿PARA QUÉ SIRVEN LAS INICIATIVAS CLUSTER?

Sofisticación de la estrategia de las empresas

- Modelos de integración y consolidación productiva
- Acceso a mercados de mayor valor e innovación en el producto
- Conocimiento del consumidor futuro
- Mayor integración entre los agentes
- Acceso a mercados de exportación



Mejorar la Calidad del entorno para hacer negocios

- Capital humano - Cierre de brechas empleabilidad y formación
- Generación empleo cualificado
- Políticas de inversión públicas enfocadas a retos de negocio - Infraestructuras especializadas
- Políticas de atracción de inversiones
- Posicionamiento de la región

“AGENDA ESTRATÉGICA DE FUTURO”
“NUEVO DIÁLOGO PÚBLICO PRIVADO”

Mejora la situación de las empresas al facilitar el acceso a mercados más atractivos y estrategias más rentables y además impacta en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos de la región con más y mejores empleos e infraestructuras

3 ELEMENTOS CLAVE DE ÉXITO DE LA INICIATIVA CLUSTER

1. Proyectos concretos

- A través del proceso se **identifican proyectos y acciones** con impacto en situación económica de las empresas
- Se **identifican los actores claves** para formularlos y ponerlos en marcha

2. Liderazgo empresarial

- **Participación activa** en todas las actividades: entrevistas, empresarios y entidades en las presentaciones, empresarios en los grupos de trabajo
- **Asunción de roles y responsabilidades** frente a las acciones de empresarios y entidades de entorno regionales
- **Transparencia y voluntad de colaboración** entre los empresarios y las entidades de entorno frente el trabajo a implementar

3. Sostenibilidad y gobernanza de la iniciativa

- Tener **horizontes de largo plazo** (década) para la implementación de acciones estructurales
- Estructurar un **liderazgo empresarial e institucional compartido** para una mejor implementación de los proyectos



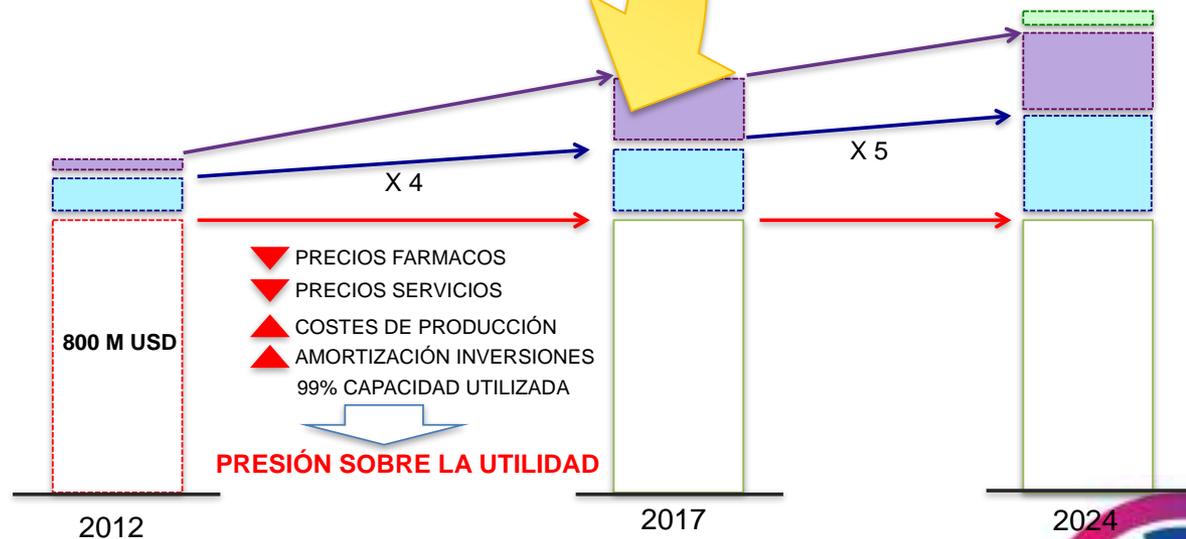
ESCENARIOS DE FUTURO RETADORES Y AUDACES

Frente a una visión de corto plazo....



... construir nuevos espacios de negocio competitivos con una agenda estratégica a largo plazo...

... planteando escenarios audaces y retadores para los empresarios con METAS factibles



CRITERIOS DE ANÁLISIS

- Perspectiva de **mercado**, análisis desde la demanda.
- **Mirada integral** de la cadena.
- **Trabajo articulado** con los diferentes actores
- Basado en **variables maniobrables** por los actores.
- Énfasis en la **generación del mayor valor agregado** posible en la cadena



Agenda

1

Introducción

2

Caracterización del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

3

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

4

¿Qué sigue?

El *Cluster* de **Belleza y Cuidado Personal** está conformado por las empresas relacionadas con la producción de cosméticos y artículos para el cuidado personal, junto a proveedores de empaques, químicos, ingredientes naturales y los distintos canales de distribución



Red Empresarial del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

Ingredientes Naturales

USD 72,2 M
4 empresas
(-0,9%)

Insumos químicos

USD 103,1 M
10 empresas
(6,4%)

Empaques y Gráficas

USD 319,0 M
46 empresas
(8,1%)

Retail detallista

USD 21,3 M
14 empresas
(11,8%)

Belleza y Cuidado Personal

USD 1,7 MM
155 empresas
Crec (%): 6,7%

Ingeniería y equipos

USD 5,1 M
7 empresas
(7,1%)

Centros de tratamiento

USD 11,6
29 empresas
(7,6%)

Centros fitness & wellness

USD 0,63 M
5 empresas
(-1,5%)

Productos finales

USD 1,2 MM
40 empresas
(6,3%)

Fuente: Asocámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali



Universidades y Centros Educativos
Sena, Universidad del Valle, Icesi, USC, Universidad Libre, Javeriana, Colegio Nacional de Químicos Farmacéuticos de Colombia

Centros de Tecnología y Conocimiento
Icesi-Oepta, Icesi-Natura, Corporación Biotec

Entidades de entorno
Cámara de Comercio de Cali, Comisión Regional de Competitividad Valle

Gremios
FENALCO, ANDI, SCCP, ACCYTEC, ASONATURA, ASOCOLDERMA, AFIDRO, ASINFAR

PROVEEDURÍA

INSUMOS

Insumos químicos

Ingredientes naturales

Ingeniería y equipos

INDUSTRIA AUXILIAR

Empaques y gráficas

FABRICANTES DE PRODUCTOS FINALES

- Maquillaje
- Aseo personal
- Cuidado de la piel
- Cuidado capilar
- Perfumería

CANALES

Centros de tratamiento

Spa y estéticas

Centros Fitness/Wellness

Peluquerías y salones de belleza

RETAIL DETALLISTA

Grandes superficies

Retail marca propia y franquicias

Boutiques multimarca y especializadas

Farmacias y droguerías

Tiendas naturistas

MERCADO INTERNACIONAL

Retailers

Exportaciones propias

CONSUMIDOR FINAL NACIONAL

CONSUMIDOR INTERNACIONAL



Características de la Industria de Belleza y Cuidado Personal en Francia

Fortalezas

- Mayor exportador mundial de cosméticos
- Principal productor de cosméticos en la UE
- Se ubican centros de investigación y desarrollo
- Existencia de Iniciativa *Cluster*

Debilidades

- Industria dedicada al mercado *premium*
- Grandes distancias entre las empresas a visitar



Características de la Industria de Belleza y Cuidado Personal en España

Fortalezas

- Registra las mayores tasas de crecimiento en las exportaciones mundiales de cosméticos
- Producción catalana enfocada en la exportación
- Existencia de Iniciativa *Cluster*
- Producción local de cosméticos naturales
- Se ubican centros de investigación y desarrollo
- Cercanía entre las empresas a entrevistar



¿Debilidades?

- Disminución en las ventas en el mercado interno

Algunas empresas del *Beauty Cluster* visitadas

HI
HIPERTINI

Fabricante especializado en productos capilares y específicamente en tintes

ALQVIMIA

Productor especializado en cosméticos naturales de lujo

CAMACHO
COSMETICS

Empresa con 2 estrategias de negocio: maquila y marca propia (Lola Barcelona)

MARTIDERM
LA FORMULA

Laboratorio especialista en dermocosmética y su principal producto contiene efecto *Soft Peeling*


eurofragrance
CAPTURING SENSATIONS

Fabricante de fragancias para cosméticos, con centros creativos en Barcelona, Singapur, México y Dubai

 Ternum
cosmetics, s.l.

Fabricante de cosméticos personalizados, como departamento de I+D externo


Beauty Cluster
BARCELONA

Esta iniciativa nace en 2011 con visión de bienestar y evoluciona al enfoque cosmético

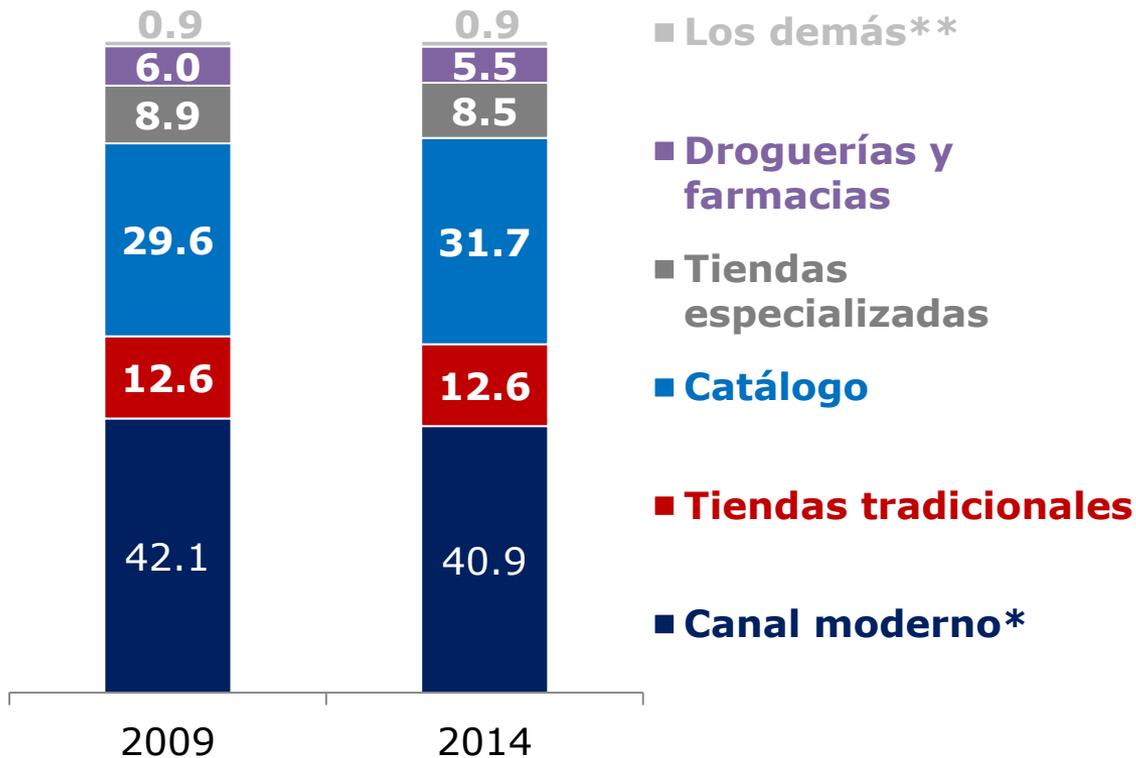
SANREMO
Perfumeries

Cadena de tiendas, enfocada a la comercialización de productos *premium*



Las ventas por catálogo se consolidan en la industria de belleza y cuidado personal en Colombia: USD 1.236 millones en 2014

Participación (%) de los canales de distribución en el valor del mercado nacional de belleza y cuidado personal (2009 – 2014)



Las ventas por catálogo han consolidado en diferentes categorías:

Desodorantes:	28,6%
Cuidado solar:	39,1%
Cuidado de la piel:	44,4%
Maquillaje:	53,6%
Fragancias:	67,7%

*Supermercados, hipermercados, superetes y *discount stores*

**E-commerce, salones de belleza y kioskos

Fuente: Euromonitor – Elaboración Cámara de Comercio de Cali



La dinámica del mercado cosmético en el País ha atraído comercializadoras internacionales especializadas en venta directa



BELCORP

En 2014, fue la empresa de venta por catálogo que registró la mayor facturación en Colombia (USD 502,1 millones)



YVES ROCHER

Llegó a Colombia en 2015 a través de la marca Amelissa, con una red de cerca de 60.000 vendedoras



Segunda empresa de mayor venta por catálogo en Colombia (USD 371,8 millones) en 2014



En sus catálogos sólo venden productos para el cuidado de la piel y perfumes



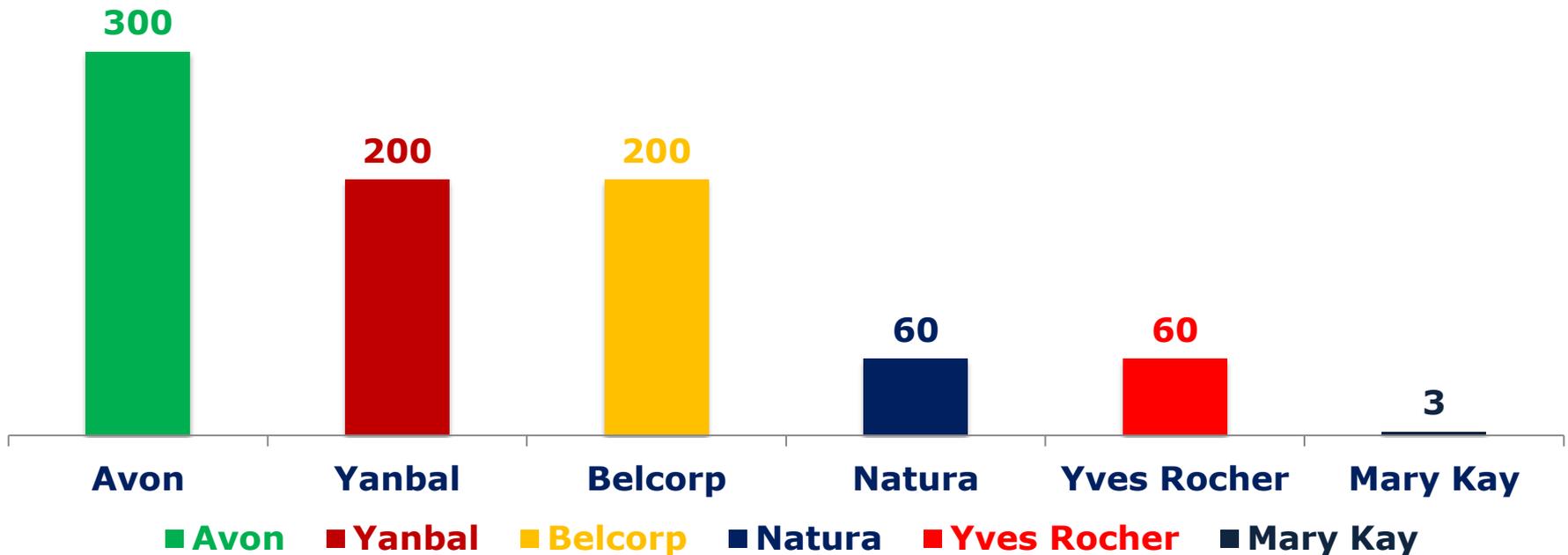
natura
bien estar bien

Tienen parte de su producción en Colombia, junto a un centro de distribución y planean abrir centros de experiencia



La dinámica del mercado cosmético en el País ha atraído comercializadoras internacionales especializadas en venta directa

Número de consultoras en compañías de venta por catálogo en Colombia (miles de personas) - 2015



Fuente: Diario Portafolio, Revista Dinero y páginas web de empresas - Elaboración *Cluster Development*



Las tiendas especializadas también se están desarrollando en Colombia

SALLY BEAUTY

EQUIVALENZA

L'OCCITANE
EN PROVENCE



KRYOLAN
PROFESSIONAL MAKE-UP

La Riviera
VIVE CONTIGO



O Boticário
você pode ser o que quiser

Bath & Body Works

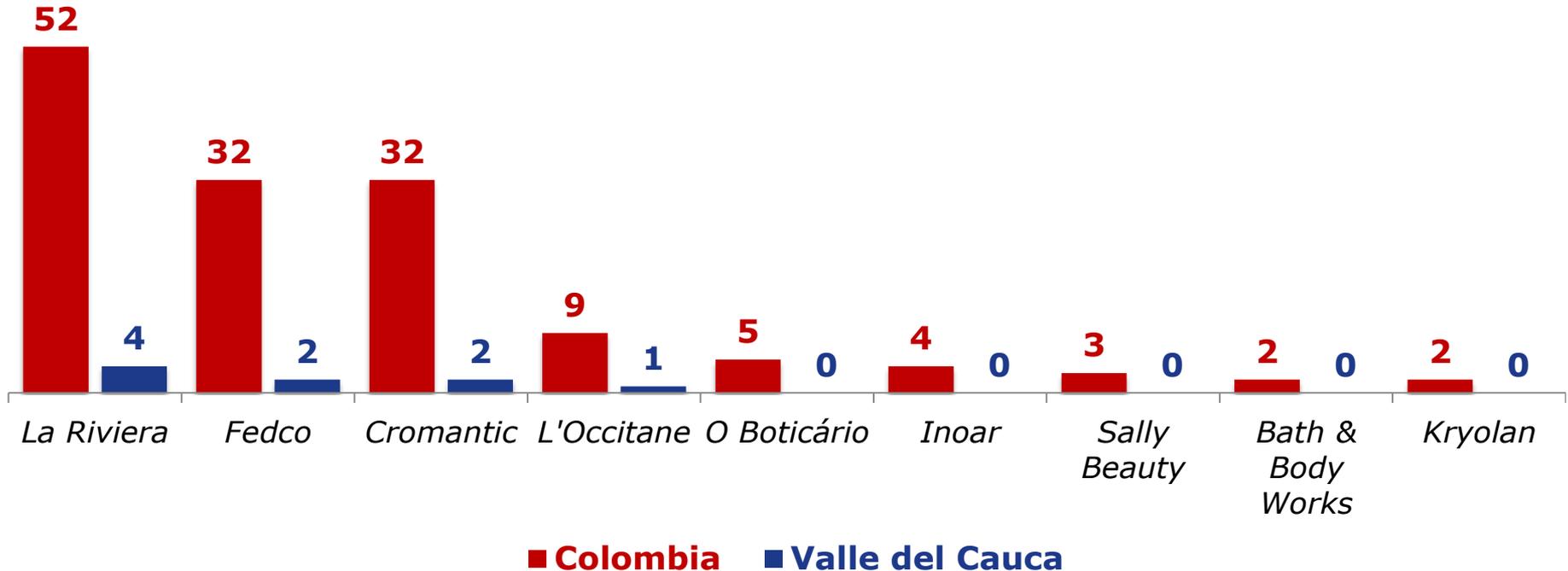


CROMANTIC
PROFESSIONAL BEAUTY MARKET

M·A·C

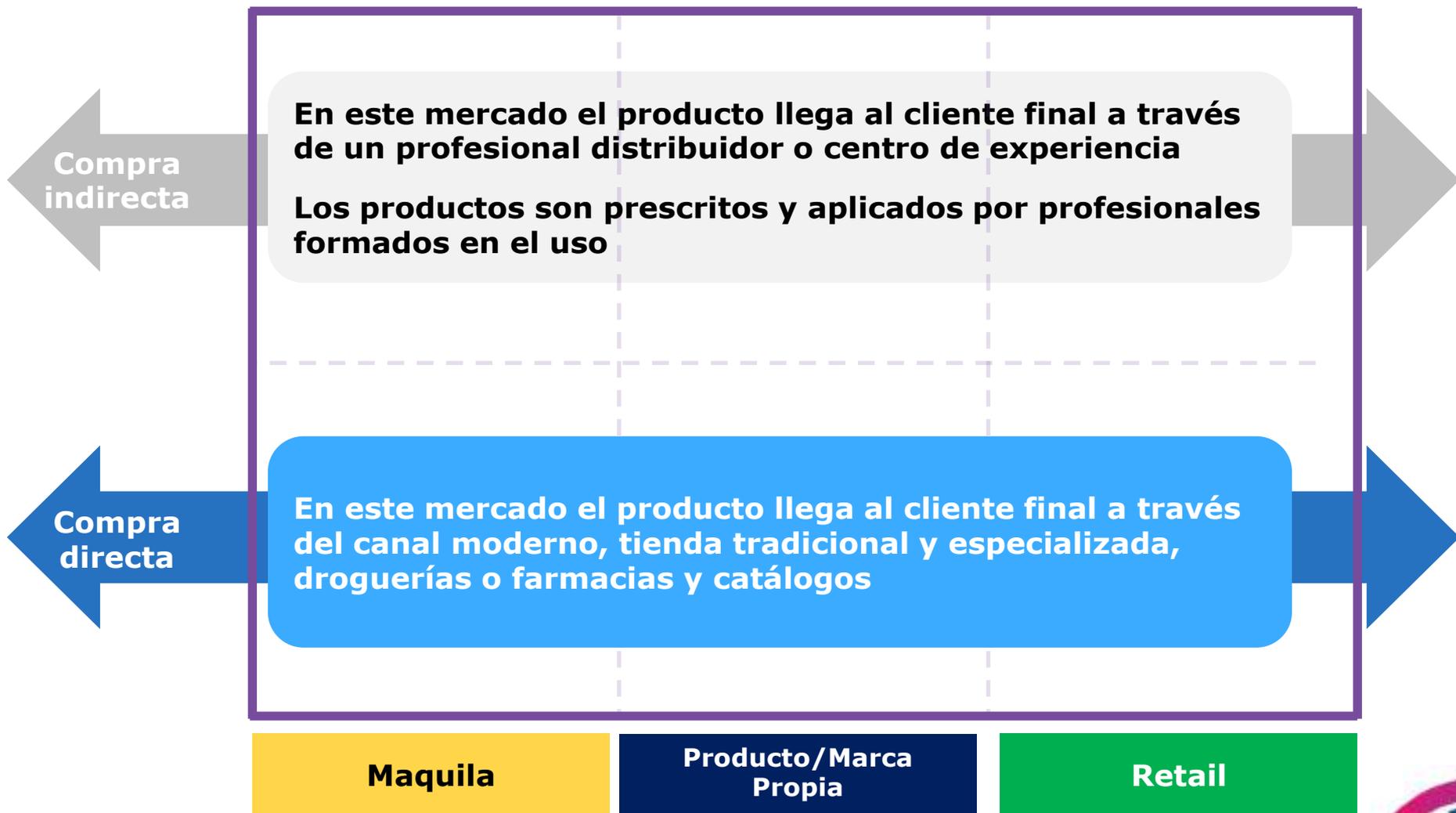
Las tiendas especializadas también se están desarrollando en Colombia

Número de tiendas en Colombia, según cadenas especializadas seleccionadas -2016



Fuente: páginas web de empresas - Elaboración Cluster Development

Opciones estratégicas de la Iniciativa *Cluster* de Belleza y Cuidado Personal



Opciones estratégicas de la Iniciativa *Cluster* de Belleza y Cuidado Personal

Compra indirecta

Empresas que se dedican a prestar servicios de maquila para marquistas nacionales o internacionales, para tiendas especializadas o catálogos

Empresas fabricantes de productos con una marca propia los cuales distribuyen a través del canal moderno, tienda tradicional y especializada, droguerías o farmacias

Empresas fabricantes de productos con marca propia, los cuales distribuyen a través de catálogo, tiendas propias, centros profesionales o de experiencia

Compra directa

Maquila

Producto/Marca Propia

Retail



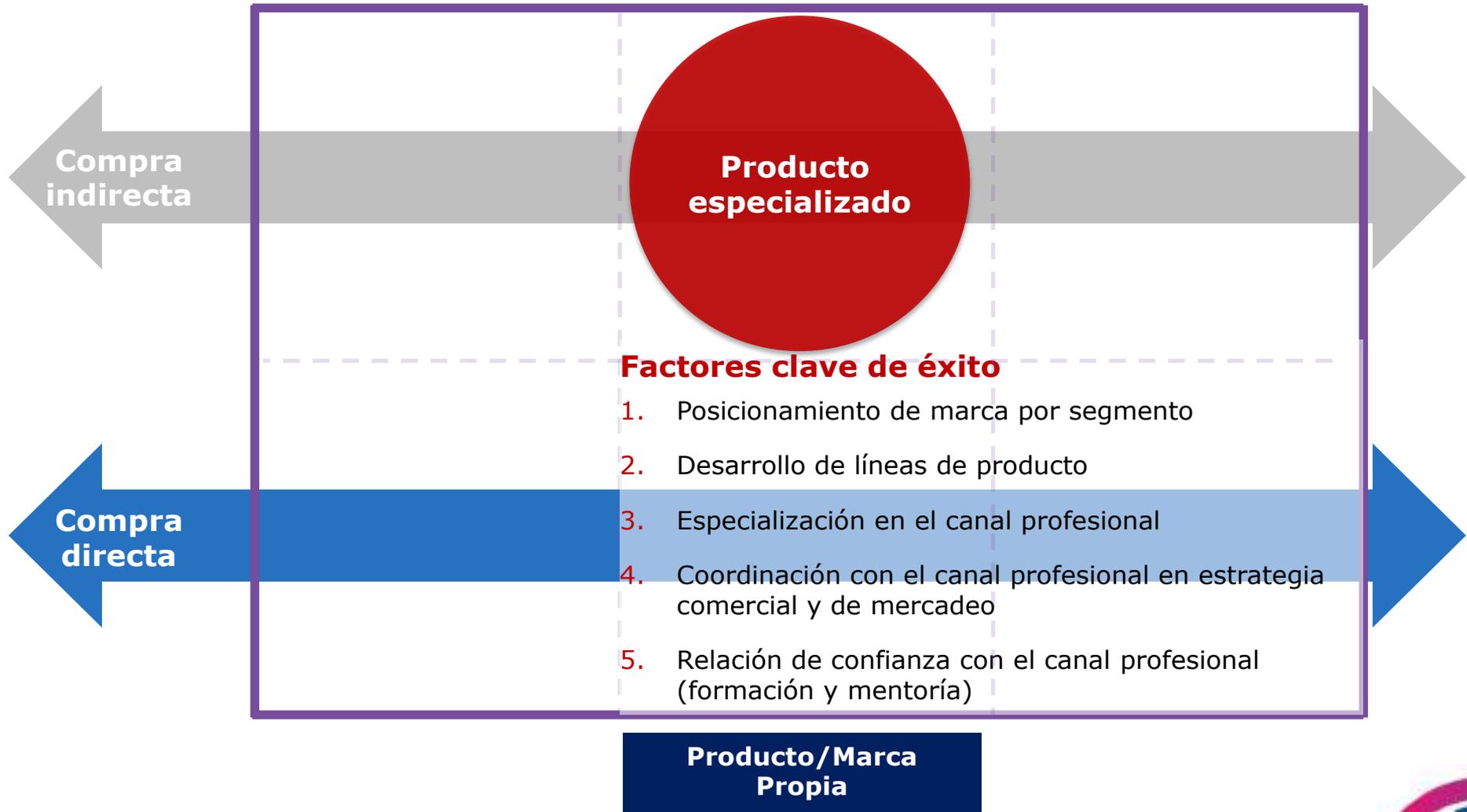
Opciones estratégicas de la Iniciativa *Cluster* de Belleza y Cuidado Personal



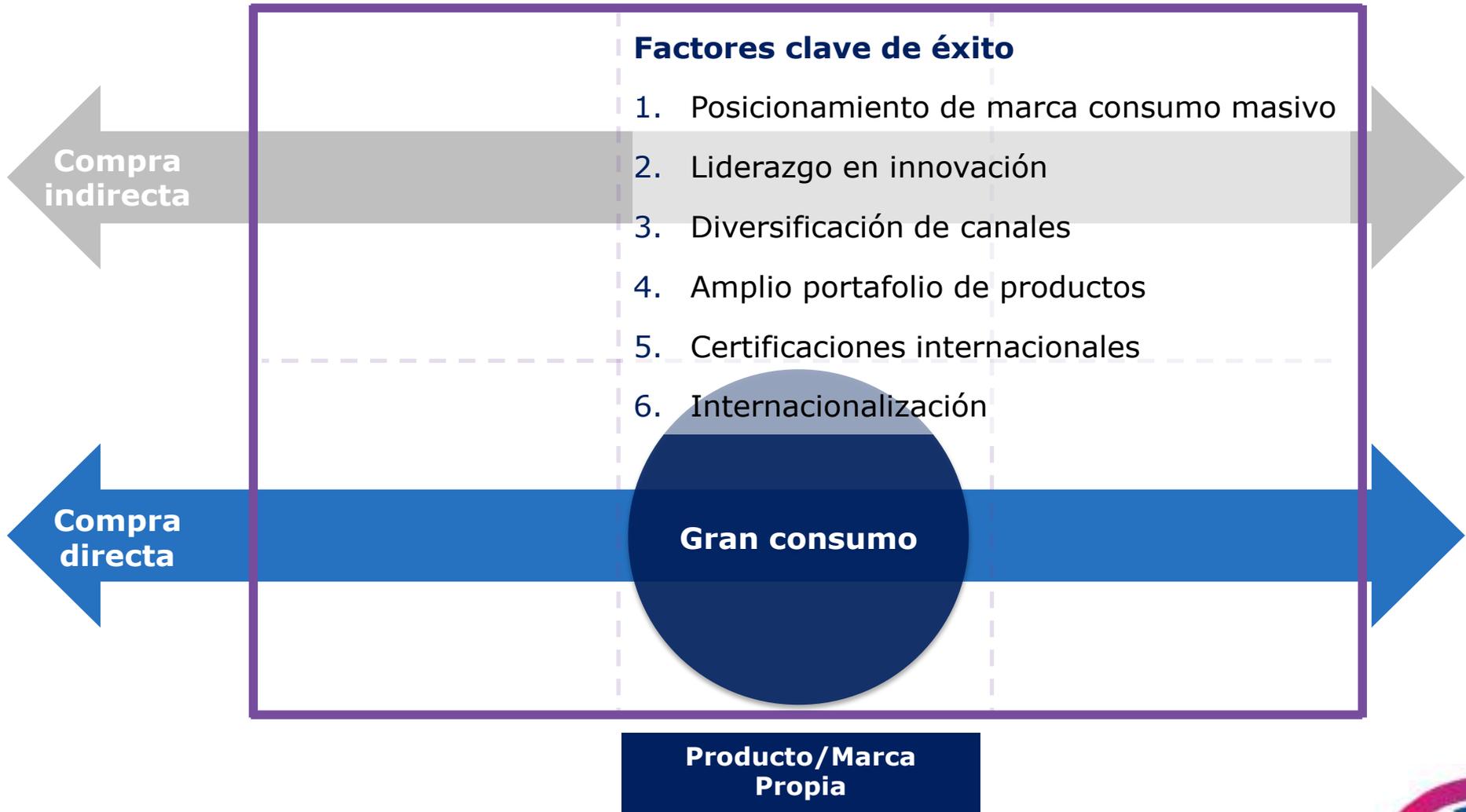
Factores clave de éxito para Maquila



Factores clave de éxito para Marca Propia



Factores clave de éxito para Marca Propia



Factores clave de éxito para *Retail*

Factores clave de éxito

1. Gestión inmobiliaria para el crecimiento (franquicias / centros propios)
2. Definición modelo de ventas de los centros (precio vs. rotación)
3. Estrategia ajustada según zona y perfiles para definir tipología de centros
4. Apertura de nuevos mercados
5. Desarrollo de producto con marca propia
6. Relación de confianza con el canal profesional (formación y mentoría)

Estética especializada

Compra indirecta

Compra directa

Retail



Factores clave de éxito para Retail

Factores clave de éxito

1. Cartera de proveedores reducida
2. Portafolio de proveedores reducido
3. Coordinación de estrategias de mercadeo e innovación con proveedores
4. Estrategia mixta de franquicias / centros propios
5. Apertura de nuevos mercados
6. Posicionamiento de marca

Compra indirecta

Compra directa

Retailers monomarca

Retail



Agenda

1

Introducción

2

Caracterización del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

3

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

4

¿Qué sigue?



Líneas de trabajo del Plan de Acción del *Cluster* de Belleza y Cuidado Personal

1 Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos
- Ecosistema de innovación -

2 Internacionalización

3 Nuevos canales de distribución

1

Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos - Ecosistema de innovación -

Proyectos

Consolidación de industria auxiliar local

Gestión del conocimiento en industria auxiliar

Formación de capital humano especializado

Inteligencia Competitiva

Incubadora de proyectos dinamizadores

Impulso a emprendimientos

Atracción de capitales de inversión



Línea de trabajo 1: Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos - Ecosistema de innovación -

Proyecto 1: Consolidación de industria auxiliar local

Objetivo: Fortalecimiento y desarrollo de proveedores de insumos y servicios adecuados según requerimientos de las empresas de la Iniciativa *Cluster Belleza y Cuidado Personal*



- ▶ **Desarrollar procesos de investigación e innovación en materias primas e insumos** entre Industria Auxiliar – Investigadores – Productores
- ▶ **Realizar inteligencia del mercado y vigilancia tecnológica de insumos** para la Industria
- ▶ **Articular a la agencia de promoción de inversión de la región, Invest Pacific**, para atraer empresas de insumos y servicios de soporte para la Industria (logística en provisión y desarrollo de productos)



Proyecto 2: Gestión del conocimiento en industria auxiliar

Objetivo: Promover la formación técnica y profesional pertinente para la industria auxiliar de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal



▶ **Desarrollo de centros de entrenamiento e innovación** que ofrezcan servicios como:

- Pruebas de estabilidad del producto
- Formulación de nuevos productos e insumos (olores, principios activos, etc.)
- Desarrollo de empaques
- Pruebas de uso de ingredientes naturales
- Procesos de investigación de activos orgánicos (ingredientes naturales) y nuevas mezclas químicas
- Expedición de certificaciones



Proyecto 3: Formación de capital humano especializado

Objetivo: revisar y ajustar programas de formación (técnica, profesional y especializada), de acuerdo con las necesidades de las empresas de la Iniciativa *Cluster* que facilite el logro de la visión estratégica



1. Identificación de brechas de capital humano con IES, empresas y egresados
2. Ajuste y/o puesta en marcha de programas de formación técnica, tecnológica y profesional
3. Mesa de trabajo con empresarios e IES para actualización de programas de formación y sus contenidos académicos

Algunos perfiles necesarios: técnico en producción cosmética, contador bilingüe, electro instrumentistas, especialistas logísticos, cromatólogos, doctores en química farmacéutica y juristas expertos en normatividad, propiedad intelectual



Proyecto 4: Inteligencia Competitiva

Objetivo: sistematizar, analizar y presentar a las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Belleza y cuidado Personal, información sobre la industria de Belleza y Cuidado Personal (Mundo y Colombia) para impulsar la competitividad del *Cluster* en el Valle del Cauca



Análisis permanente a las tendencias de la industria de Belleza y Cuidado Personal en:

- ▶ Dinámica del mercado mundial y nacional: consumo, producción, nuevos competidores
- ▶ Insumos: materias primas (químicos y ingredientes naturales), empaques (materiales y presentaciones)
- ▶ Desarrollo de productos: nuevas mezclas, segmentos e innovaciones
- ▶ Mercadeo especializado

Línea de trabajo 1: Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos - Ecosistema de innovación -

Proyecto 5: Incubadora de proyectos dinamizadores

1

Organizar mesas de trabajo para priorizar proyectos que potencien el desarrollo productivo del *Cluster*



2

Identificar sinergias entre empresas de la Iniciativa *Cluster*



3

Planificar y estructurar proyectos priorizados



4

Ejecutar y gestionar proyectos priorizados



Resultados esperados pasos 1, 2 y 3

- Proyectos priorizados y definidos
- Requisitos de entrada y salida del proyecto
- Invitaciones de actores complementarios
- Modelo de explotación

Resultados esperados

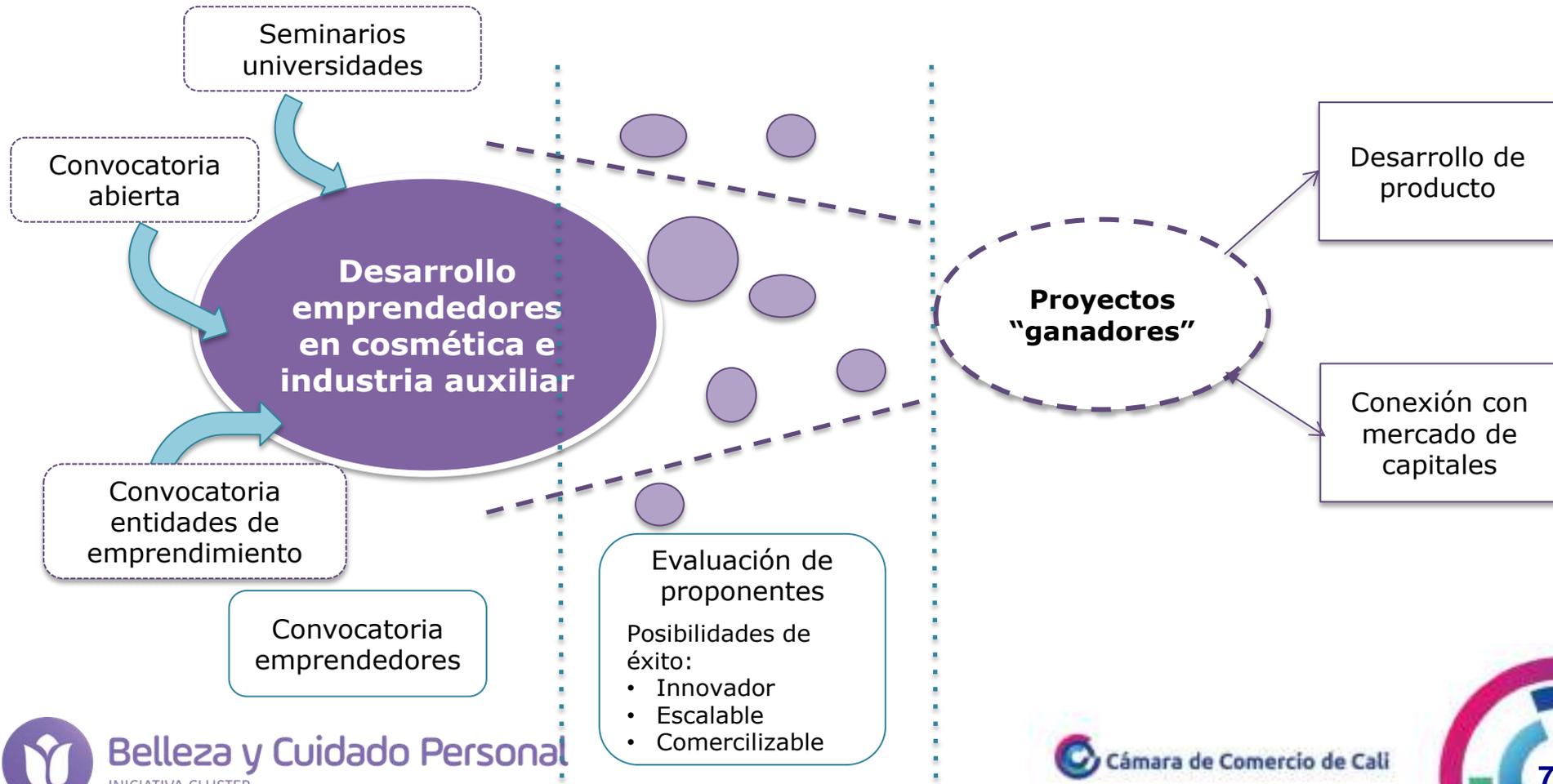
Implementación de proyectos que se deriven en nuevos o mejores productos y servicios



Línea de trabajo 1: Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos - Ecosistema de innovación -

Proyecto 6: Impulso a emprendimientos

Objetivo: facilitar el desarrollo de emprendimientos innovadores en la industria cosmética y auxiliar (packaging, ingredientes, fragancias, CROs, logística)



Proyecto 7: Atracción de capitales de inversión

Objetivo: impulsar el desarrollo de productos e internacionalización de las empresas del *Cluster* que requieren capital, a través de *Venture Capitals* o *Partnerships internacionales* especializados



- **Atracción de *Venture Capitals* especializados** para desarrollo de productos o mercados internacionales:
 - ▶ Identificación de *Venture Capitals* nacionales o internacionales especializados en la industria (articulación con Invest Pacific)
 - ▶ Organización de ruedas de negocios entre fabricantes e inversores



Línea de trabajo 1: Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos - Ecosistema de innovación -

- Unilever hace una inversión indirecta a través de uno de sus partners (Capvent)
- Han ayudado a desarrollar la marca, a construir el equipo administrativo, incrementar la demanda.
- B.LAB es una compañía dedicada a la fabricación de soluciones para el cabello y la piel en India



2

Internacionalización

Proyectos

Desarrollo de negocio internacional

Habilitadores de mercado

Enlace con *partnerships* internacionales



Proyecto 1: Desarrollo de negocio internacional

Objetivo: llevar a cabo un proceso metodológico para priorizar el acceso a mercados internacionales conociendo las **condiciones regulatorias, de mercado y de consumidor** en países objetivo



1. Identificación de países atractivos

Variables: dinámica del consumo, costos de exportación, precios de mercado,

Identificación de la oferta exportable actual de las empresas del *Cluster*

Condiciones de acceso y viabilidad de negocios: normatividad técnica y canales de distribución

Priorización 2 - 3 mercados

Pre-búsqueda de socios en destino

2. Misiones comerciales con empresarios a destinos seleccionados (clientes específicos o ferias comerciales)



Proyecto 2: Habilitadores de mercado

Objetivo: adaptar y estandarizar la calidad productiva de las empresas del *Cluster* de acuerdo con los requerimientos de los destinos priorizados para exportar



- ▶ **Estandarizar la calidad mínima productiva de las empresas** del *Cluster* de Belleza y Cuidado Personal
- ▶ **Integrar al proceso de la Iniciativa *Cluster* entidades para avales sanitarios** (INVIMA, MinComercio, SIC)
- ▶ **Identificar y obtener licencias/patentes**
- ▶ **Obtener trazabilidad en cadena de producción** (materias primas, insumos y producto final)



Línea de trabajo 2: Internacionalización

Proyecto 3: Enlace con partnerships internacionales

Objetivo: atraer empresas especializadas o de nicho para promover el desarrollo de nuevos negocios (proveeduría especializada, *joint ventures*, modelos de maquila, licenciamiento de marcas...)



- ▶ Contacto con empresas del *Beauty Cluster* (Barcelona), *Cosmetic Valley* (Francia) y *Japan Cosmetic Center* (Japón)
- ▶ Misión comercial al país seleccionado para realizar reuniones B2B con las empresas del *cluster*
- ▶ Identificación del modelo asociativo más adecuado (joint venture – modelos de maquila premium...)



Beauty Cluster Barcelona

Proyecto de negocios



El *Beauty Cluster* Barcelona está interesado en negociaciones con empresas colombianas. Los siguientes son los perfiles empresariales de su interés:

Venta

- Fabricantes de materias primas y empaques que busquen distribuidor en España/Europa
- Empresas con *devices* innovadores para el sector de la estética, cuidado personal, etc. que busquen distribuidores en España/Europa
- Empresas con productos cosméticos diferenciales, quizá por el origen de las materias primas o por su posicionamiento o tecnología
- Empresas de servicios técnico y regulatorio (o import/export) que puedan apoyar la expansión a Colombia / América de sus empresas
- Otras empresas que puedan buscar un partner, distribuidor o cliente en España/Europa (se revisa cada caso individualmente)

Compra

- Empresas interesadas en adquirir empaques para cosmética y perfumería
- Empresas interesadas en fabricar en Europa tanto para su expansión en ese continente y su distribución en Colombia
- Distribuidores en diferentes canales (Farmacia, Profesional, gran consumo) interesados en productos de allá
- Empresas interesadas en adquirir servicios técnicos, científicos, regulatorios, ensayos toxicológicos, etc. en Europa/España
- Otras empresas con intereses de compra (se envía el caso anticipadamente para hacer matchmaking y ver los potenciales partners)



3

Nuevos de canales de distribución

Proyectos

Nuevos canales de comercialización

Integración empresa - *retail*



Proyecto 1: Nuevos canales de comercialización

Objetivo: identificar nuevos canales de comercialización, sus criterios de compra, dinámica y estrategias de negocio

Análisis permanente de nuevos canales de comercialización:

- ▶ Recolección de información en fuentes secundarias sobre tendencias y comportamiento de los canales
- ▶ Estudio de prospectiva sobre dinámica y características de los distintos canales de distribución a 5 y 10 años
- ▶ Mapeo de empresas en nuevos canales en Colombia y proveedores que los atienden
- ▶ Grupo de validación: entrevistas individualizadas con clientes de cada uno de los canales para conocer los criterios de compra y cifras de crecimiento

CROMANTIC

PROFESSIONAL BEAUTY MARKET

salty beauty

Algunos criterios de compra (canal *masstige*)

Como proveedor de marca

- Exclusividad
- Empaques sofisticados y diferenciales
- Productos más sobrios, menos de gran consumo (más *prestige*)
- Formulaciones diferenciales

Como *contract manufacturer*

- Capacidad instalada, no necesita ser tan grande
- Fuerte capacidad de innovación

Estas tiendas se caracterizan por ofrecer experiencias de compra, capacitan muy bien al personal para brindar una atención personalizada al cliente con información técnica de los productos...

“La mayoría de los proveedores y *contract manufacturers* se encuentran en Bogotá”



Proyecto 2: Integración empresa - *retail*

Objetivo: fortalecer el vínculo empresa-cliente desarrollando empresas marca propia con capacidades necesarias para que se integren con la estrategia tienda especializada, venta directa y centros de experiencia



- ▶ Fortalecer el posicionamiento y presencia de marcas a través de seminarios y capacitaciones en mercadotecnia y estrategia comercial multicanal
- ▶ Nuevas figuras existentes en el proceso de compra de productos de belleza (prescriptores presentes en internet: "*Birch Box*" y redes sociales)
- ▶ Posicionamiento, presencia y venta del producto en los canales online



Proyecto 2: Integración empresa - *retail*

Objetivo: fortalecer el vínculo empresa-cliente desarrollando empresas marca propia con capacidades necesarias para que se integren con la estrategia tienda especializada, venta directa y centros de experiencia



- ▶ Realización de seminarios específicos para la sensibilización estratégica en aspectos clave de la integración a:
 - Tiendas especializadas
 - *Corners* conjuntos
 - Centros de experiencia
 - Venta directa
- ▶ Definición de mercado objetivo, formato comercial, posibles *partners* para el desarrollo del proyecto, presupuesto y modelo de financiación
- ▶ Desarrollo e implementación de planes estratégicos y de negocio de tiendas especializadas, *corners* conjuntos, centros de experiencia y venta directa



Tienda Experiencial Holandesa nace bajo la filosofía de *transformar nuestros rituales cotidianos en momentos repletos de significado con solo prestar un poquito más de atención a los detalles.*

Esta tienda combina conceptos de cosmética para el cuerpo y el hogar, ofreciendo un portafolio de productos como: tratamientos corporales y faciales, velas aromáticas, ropa, fragancias, maquillaje con piedras preciosas y té.

870 tiendas en el mundo



- Alqvimia “conciben su propio que responde a diferentes inquietudes que dan sentido a su existencia, el respeto absoluto por la feminidad, el amor por el trabajo bien hecho, la apuesta por una economía humanizada, el uso de materias primas ecológicas y 100% naturales, la búsqueda de la excelencia y la máxima calidad y la constante innovación que les permiten seguir siendo líderes en Alta Cosmética 100% Natural”
- El tipo de tiendas utilizadas por Alqvimia son *Flagship Stores* (tiendas concepto), ubicadas una en Barcelona y otra en Madrid
- Ofrecen consulta médica, spa, asesoría y prescripción personalizada



Agenda

1

Introducción

2

Caracterización del *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

3

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

4

¿Qué sigue?



Modelo de implementación del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Belleza y Cuidado Personal

Definición del Plan de Acción

Estructuración e implementación de proyectos seleccionados

Mesa de trabajo Opción Plataforma Regional para el Desarrollo de Productos

Mesa de trabajo Opción Sofisticación de canales de comercialización

Mesa de trabajo Opción Sofisticación de canales de comercialización

Empresarios + CCC +
Universidades





Cámara de Comercio de Cali



Belleza y Cuidado Personal
INICIATIVA CLUSTER

Plan de Acción



Cámara de Comercio de Cali

Plataforma Cluster