



**Cámara de
Comercio de
Cali**

Tercera Presentación

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda

01 de diciembre de 2016



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI



Plataforma Cluster

6 INICIATIVAS
CLUSTER

1 REGIÓN
MÁS PRÓSPERA
Y COMPETITIVA



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster

Plan de presentación



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

1. Enfoque de competitividad regional y empresarial y Plataforma Iniciativas *Cluster*
2. Iniciativa *Cluster* Sistema Moda: ¿De dónde venimos?
3. Propuesta Plan de Acción
4. Diálogo con los empresarios



Cámara de Comercio de Cali

Plan de presentación



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster



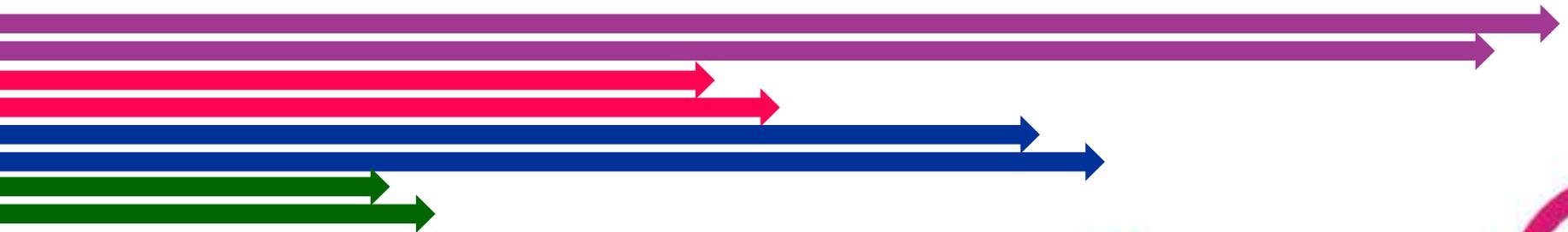
ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

1. Enfoque de competitividad regional y empresarial y Plataforma Iniciativas *Cluster*
2. Iniciativa *Cluster* Sistema Moda: ¿De dónde venimos?
3. Propuesta Plan de Acción
4. Diálogo con los empresarios



Cámara de Comercio de Cali

*Una Ciudad-Región es competitiva cuando sus **empresas** tienen la capacidad de **prosperar** en la **economía global**, sosteniendo **salarios crecientes** y **mejores condiciones de vida** para sus habitantes*



Aproximación Sectorial

Visión desde la oferta



Aproximación Cluster

Visión desde la demanda



Una **Iniciativa Cluster** es exitosa si logra **liderar y coordinar** la ejecución de **acciones colaborativas** que **impulsen la competitividad** de las **empresas** que conforman el **Cluster**



Plataforma *Cluster*



197 empresas

Ventas 2015 \$ 7,3 billones (+14,2%)



526 empresas

Ventas 2015 \$ 8,3 billones (+6,8%)



148 empresas

Ventas 2015 \$ 4,2 billones (+14,7%)



269 empresas

Ventas 2015 \$ 7 billones (+10,4%)



2.891 empresas

Ventas 2015 \$ 5,3 billones (+28%)

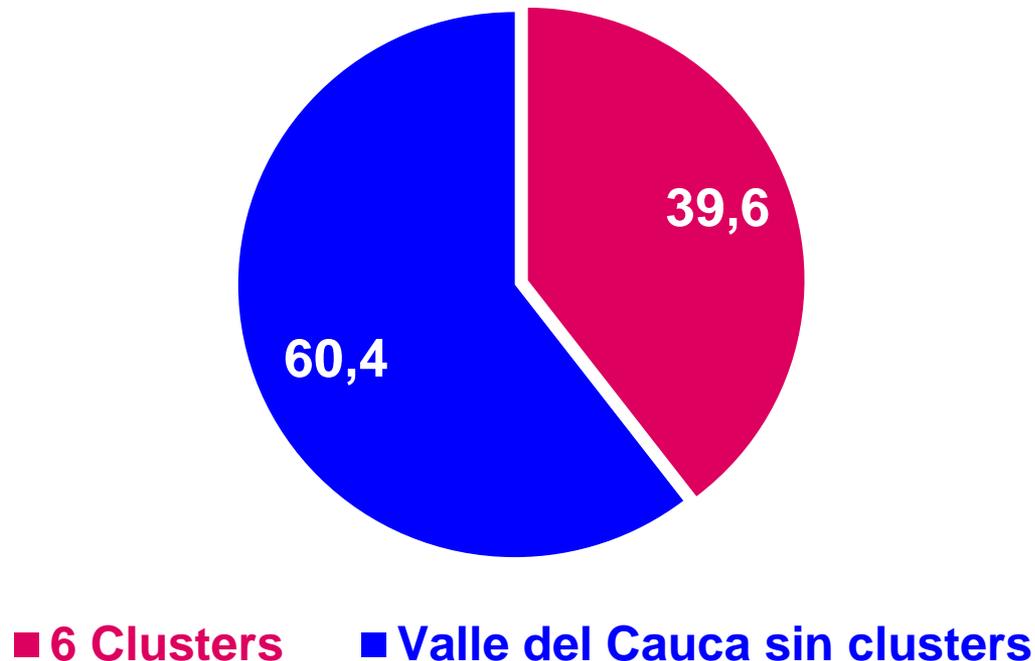


1.150 empresas

Ventas 2015 \$ 3,5 billones (+20,6%)

Las ventas de los 6 *Clusters* representaron **39,6%*** de las ventas del Valle del Cauca en 2015

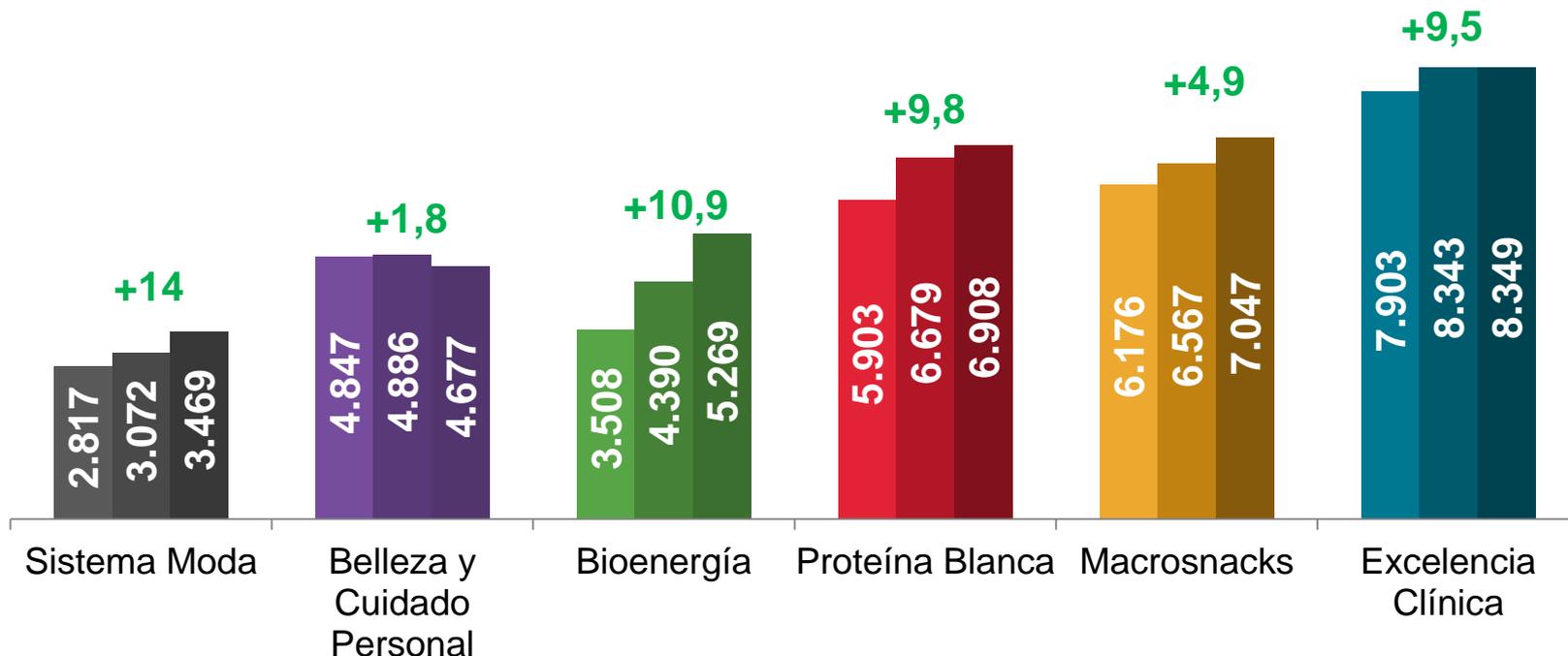
Participación (%) de las ventas de los *Clusters* sobre las ventas totales del Valle del Cauca 2015



*Ventas reportadas a mayo de 2016 (no incluye sistema financiero)
Fuente: Asocámaras - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Los **clusters** más dinámicos entre 2010 y 2015 fueron Sistema Moda y Bioenergía, con una tasa de crecimiento promedio anual de 14% y 10,9% respectivamente

Ventas totales (miles de millones*) de los 6 cluster 2013 - 2015** y tasa de crecimiento (%) promedio anual 2010-2015



*Deflactadas a precios constantes de 2015

**Ventas 2015 reportadas a mayo de 2016

Fuente: Asocámaras - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

El Valle del Cauca es **protagonista nacional** en la exportación de los productos relacionados con los *Clusters*

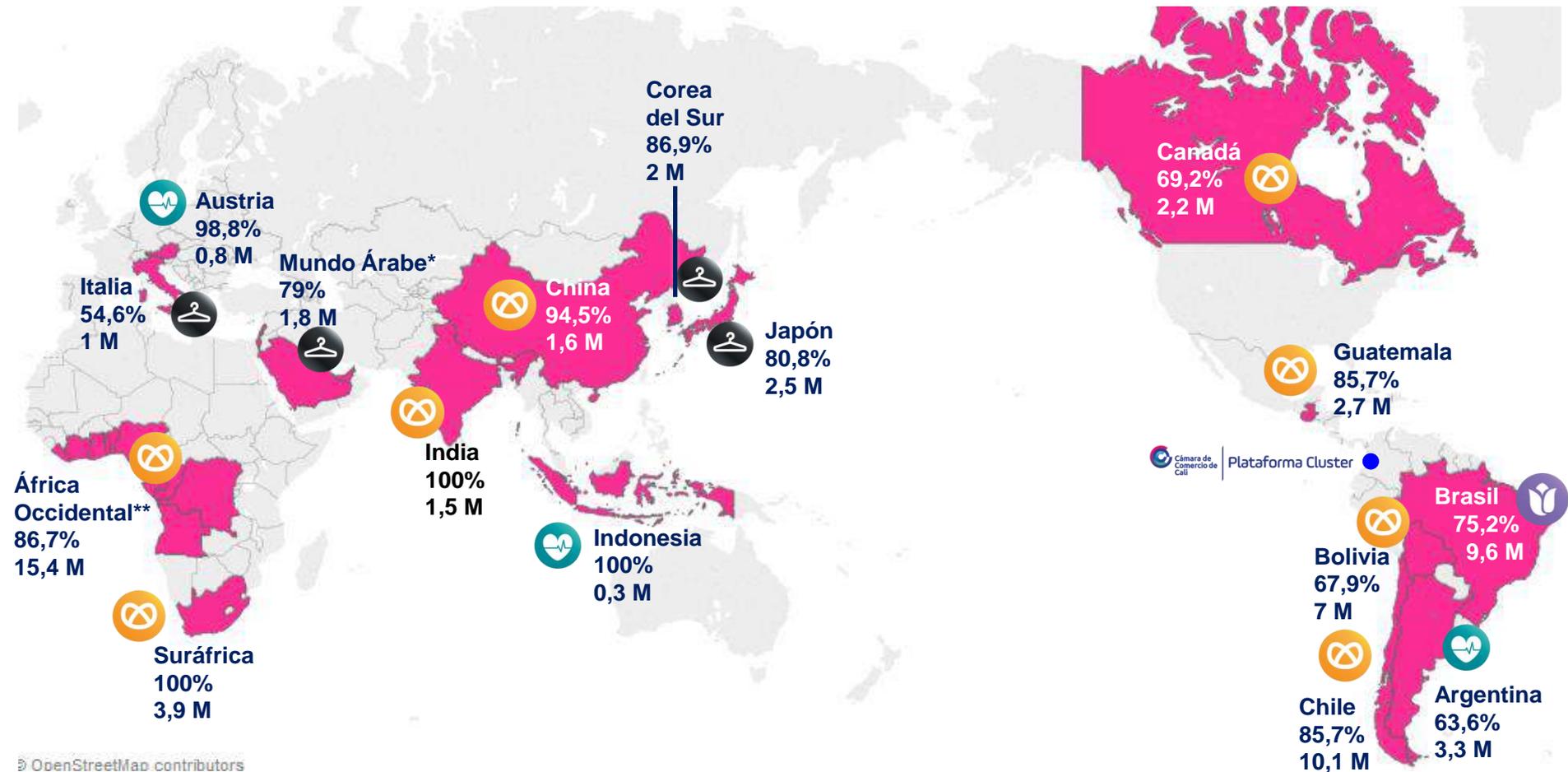
Principales exportadores de Colombia de los productos relacionados con los *Clusters* - 2015

Cluster	Export. USD millones	Participación (%)		
		1°	2°	3°
 Macrosnacks	426,3	Valle del Cauca (67)	Antioquia (15,5)	Bogotá (9,3)
 BCP*	625,0	Cund/ca (36,4)	Valle del Cauca (24,2)	Antioquia (18,3)
 Excelencia Clínica	508,9	Bogotá (43,8)	Valle del Cauca (18,7)	Atlántico (15,4)
 Sistema Moda	125,3	Antioquia (41,2)	Bogotá (28,5)	Valle del Cauca (15,5)
 Proteína Blanca	1,5	Cund/ca (58,7)	Santander (40,2)	Valle del Cauca (1,1)

*BCP: Belleza y Cuidado Personal

Fuente: DANE - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Fuimos los proveedores de más de 50% de las exportaciones¹ de Colombia en 2015 hacia...



1. Cifras en USD millones – exportaciones superiores a USD 300.000 en 2015

* Mundo Árabe: Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Libano

** África Occidental: Liberia, Costa de Marfil, Gana, Togo, Benín, Nigeria, Gabón, Congo, Angola

Fuente: DANE – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

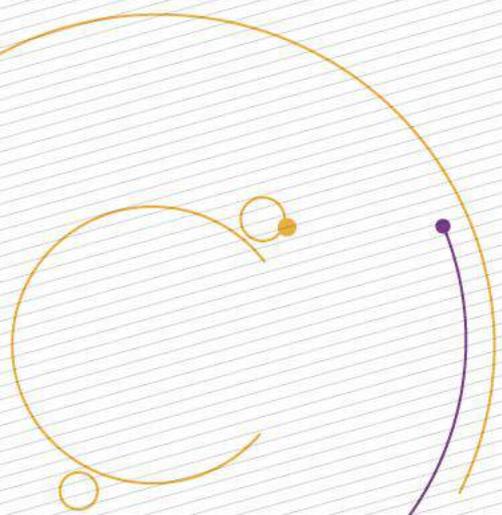


La **dinámica** de las empresas de los **6 clusters** es uno de los principales motores de **desarrollo de la región**

Por eso, **trabajar juntos** para **seguir creciendo** es un objetivo de **TODOS**



Proyectos ejecutados



Proyectos en ejecución

Iniciativa *Cluster* Excelencia Clínica





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

Objetivo

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

Empresas participantes



Patrocinador



Ejecutor





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

Objetivo

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 (s sofisticación de servicios, Paquetización y valorización del conocimiento)

Empresas participantes



Patrocinador



Ejecutores



Proyectos en Ejecución

Iniciativa *Cluster* Macrosnacks





Plataforma de desarrollo de producto y acceso a nuevos mercados

Objetivo

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

Empresas participantes



Patrocinador



Ejecutores



CLUSTER | DEVELOPMENT



Diagnóstico de Brechas de Capital Humano en el Cluster de Macrosnacks



Macro Snacks
INICIATIVA CLUSTER



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster





Diagnóstico de Brechas de Capital Humano

Objetivo

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

Patrocinadores

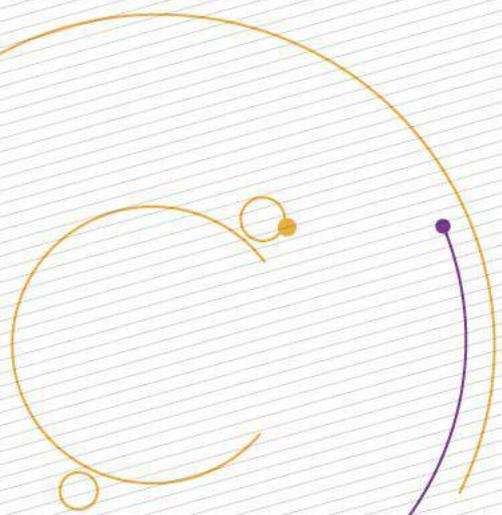


Empresas participantes





Conexiones Empresariales



EPICENTRO
CLUSTER
FERIA EMPRESARIAL

The graphic features a teal background with concentric circles and lines. Several icons are scattered around the text: a red circle with a white dome, a purple circle with a white plant, an orange circle with a white infinity symbol, a green circle with a white leaf, and a blue circle with a white heart and pulse line. There are also small yellow and red dots.

— Aquí se originan grandes conexiones —

Epicentro Cluster

Feria Especializada de Empaques y Gráficas

Epicentro Cluster: Feria Especializada de Empaques y Gráficas. Agosto 2016



Objetivo General

Impulsar la competitividad de las empresas del Cluster de **Macrosnacks** y **Belleza y Cuidado Personal** a través del fortalecimiento de la industria de proveedores locales

Logros



387 asistentes



191 **citas empresariales** realizadas con 53 empresas de Macrosnacks y Belleza y Cuidado Personal



\$14.000 millones en **expectativas de negocios** en los próximos 12 meses



65,2% de las empresas de empaques y gráficas identificaron **nuevas líneas de negocio**

Profesores y estudiantes participantes



Proyectos en Ejecución

Iniciativa *Cluster* Proteína Blanca

**Curso de
Formación en
Desarrollo de
Productos**

**Centro de
Innovación de
Proteína Blanca**



Formación en desarrollo de productos

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

Empresas participantes



Patrocinadores





Centro de Innovación de Proteína Blanca

Objetivo

Promover la generación y adaptación de conocimiento técnico y científico para impulsar la competitividad, innovación e internacionalización de las empresas del *Cluster* de Proteína Blanca

Empresas participantes



Entidad Ejecutora





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

Objetivo

Estructurar nuevos modelos de negocio para las empresas de la Iniciativa Cluster de Bioenergía, soportados en la utilización de fuentes de biomasa disponibles en el valle geográfico del Río Cauca y aprovechando su potencial de generación de energía eléctrica

Empresas participantes



Patrocinador



Ejecutores





PREPARE SU EMPRESA PARA

EL NEGOCIO



DEL FUTURO

SEMINARIO DE BIOGÁS

EL *INSTITUTE FOR BIOGAS* DE ALEMANIA, le ayudará a profundizar los conocimientos en el desarrollo de proyectos de Biogás y abrirá nuestros horizontes de crecimiento, en torno a este tipo de energía.

Seminario de Análisis Sensorial



Macrosnacks

INICIATIVA CLUSTER



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER



Belleza y Cuidado Personal

INICIATIVA CLUSTER

1er Seminario de Análisis Sensorial

(17 de Noviembre – 10 de Febrero)



18 empresas serán las participantes del **1er Seminario de Análisis Sensorial** de las *Iniciativas Cluster* de **Macrosnacks, Proteína Blanca y Belleza y Cuidado Personal**



Aliado estratégico



El Cluster



MacroSnacks

**GANADOR DEL PREMIO
VALOR COMPARTIDO 2016**

en la categoría

Mejor Iniciativa de Cluster del País



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster

Plan de presentación



Cámara de Comercio de Cali

Plataforma Cluster



ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI

1. Enfoque de competitividad regional y empresarial y Plataforma Iniciativas *Cluster*
2. **Iniciativa *Cluster* Sistema Moda: ¿De dónde venimos?**
3. Propuesta de Plan de Acción
4. Diálogo con los empresarios



Plan de Trabajo de la Iniciativa *Cluster*

1. Situación actual y retos del negocio

Reunión 1 - Octubre 06



- ▶ Mapeo cadena de valor
- ▶ Entrevistas (empresas/clientes)
- ▶ Identificación de agentes

2. Opciones estratégicas y visión de futuro

Reunión 2 – Noviembre 16



- ▶ Viaje de referencia
- ▶ Análisis de retos estratégicos
- ▶ Análisis estratégico (opciones estratégicas)

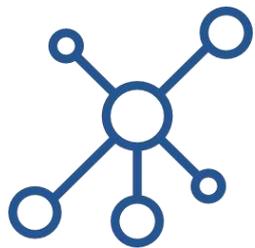
3. Plan de acción, modelo de gestión e indicadores

Reunión 3 – Diciembre 1



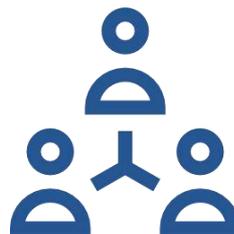
- ▶ Grupos de trabajo (empresarios – 22 de Noviembre)
- ▶ Diseño Plan de Acción

¿Por qué una Iniciativa *Cluster* Sistema Moda?



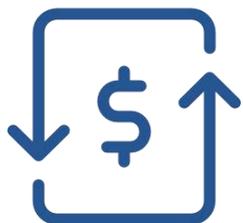
Importante número de empresas

1.150 empresas



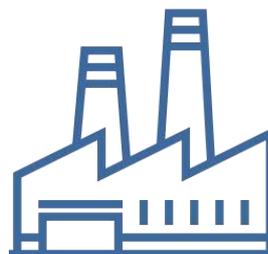
Generador de empleo

27% de los empleados en la industria de la región



Dinámico

Ventas \$3,4 billones en 2015 Crecimiento de 20%



Agrega valor en la Cadena Productiva

La Industria representó 11% del VA de la industria manufacturera nacional en 2015



Mercados Internacionales

Las exportaciones de las empresas del *Cluster* registraron USD 124 millones en 2015, a más de 35 países



El Lanzamiento del *Cluster* Sistema Moda se realizó en el principal evento de moda de la región

VIVELAMODA
VIVE CALI
CALI EXPOSHOW
SEPTIEMBRE 28 al 30 2016



Lanzamiento



Sistema Moda

INICIATIVA CLUSTER

 Plataforma Cluster

- Septiembre 29 de 2016
- 4:30 p.m.
- Diamante de Softball Autopista Sur con 37



FENALCO
LA FUERZA QUE UNE
VALLE DEL CAUCA



ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN



Cámara de Comercio de Cali

Plataforma Cluster



Cámara de Comercio de Cali





Empresas participantes



STUDIO F



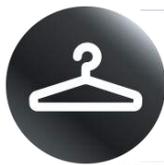
C:
calzatodo





Desfile Cámara de Comercio de Cali





El Cluster Sistema Moda en medios regionales y nacionales



FASHION NETWORK Lanzan nuevo cluster Sistema Moda en Colombia

En el marco del segundo día del Cali Exposhow, tal y como habíamos informado previamente en FashionNetwork.com, se realizó el lanzamiento del nuevo cluster Sistema Moda, auspiciado por la Cámara de Comercio de Cali y la alcaldía.

adn | Viernes 30 de Septiembre de 2014

Piensan en moda como un negocio

Cali dio paso al 'Cluster Sistema Moda'.

Redacción
Cali

La posibilidad de que Cali se convierta en la capital de la moda colombiana fue una de las conclusiones de 'Cluster Sistema Moda', una de las nuevas apuestas de la región, que se vivió ayer en la capital del Valle.

En el departamento se han identificado 1.150 empresas relacionadas con la industria de la moda que el año pasado registraron ventas por 8,4 billones de pesos, crecieron 20 por ciento respecto al año anterior. Una industria que cumple con todos los requisitos necesarios para desarrollar una estrategia de iniciativa cluster: número importante de empresas; crecimiento en ventas superior al promedio de la economía; un alto grado de sofisticación en productos, servicios y procesos; perspectivas de crecimiento del mercado global y un alto potencial de internacionalización. "Tenemos que identificar cuáles son nuestras fortalezas, en un



Adriano Arboleda hizo parte del 'Cluster Sistema Moda'. J. J. GARCÍA

CARACOL RADIO

Bogotá Hoy por Hoy

Programas Ciudades A la Carta Síguenos en: [Facebook] [Twitter]

SOBRE LA EMISORA PARRILLA FONOTECA RSS

Lanzan el cluster de la moda en el Caliexposhow

Más de mil empresas hacen parte del sistema que busca proyectar y fortalecer la industria regional en el mercado nacional e internacional





Actividades realizadas en la 1era Fase

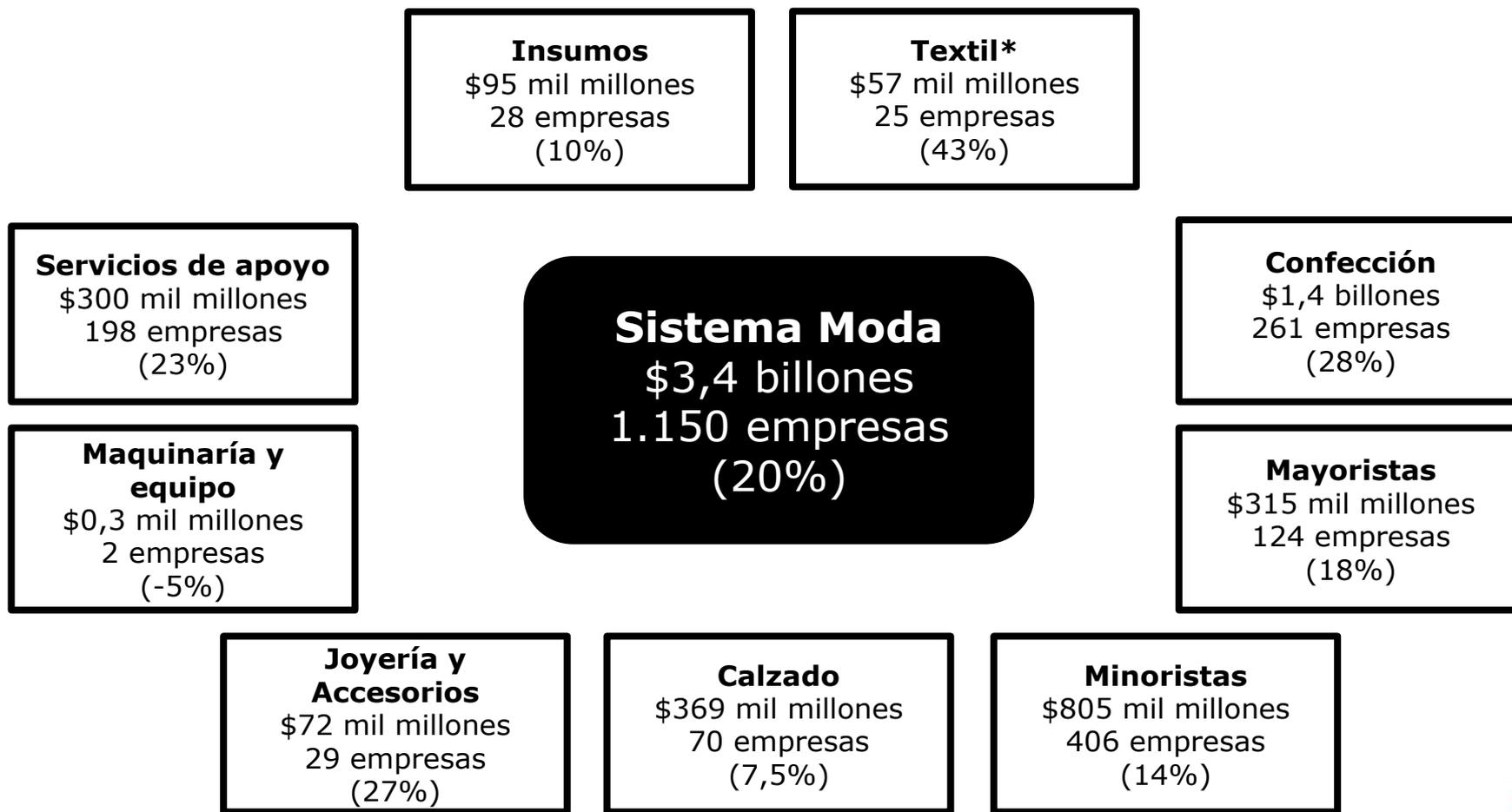
Situación Actual y Retos Estratégicos

ACTORES	ENTREVISTAS REALIZADAS
Empresarios	23

- ✓ Análisis integral de la cadena de valor
- ✓ Entrevistas con diferentes empresarios y entidades de entorno
- ✓ Análisis basado en variables de competitividad regional y de capacidad de maniobra por los actores
- ✓ Énfasis en la generación del mayor valor agregado posible en la cadena

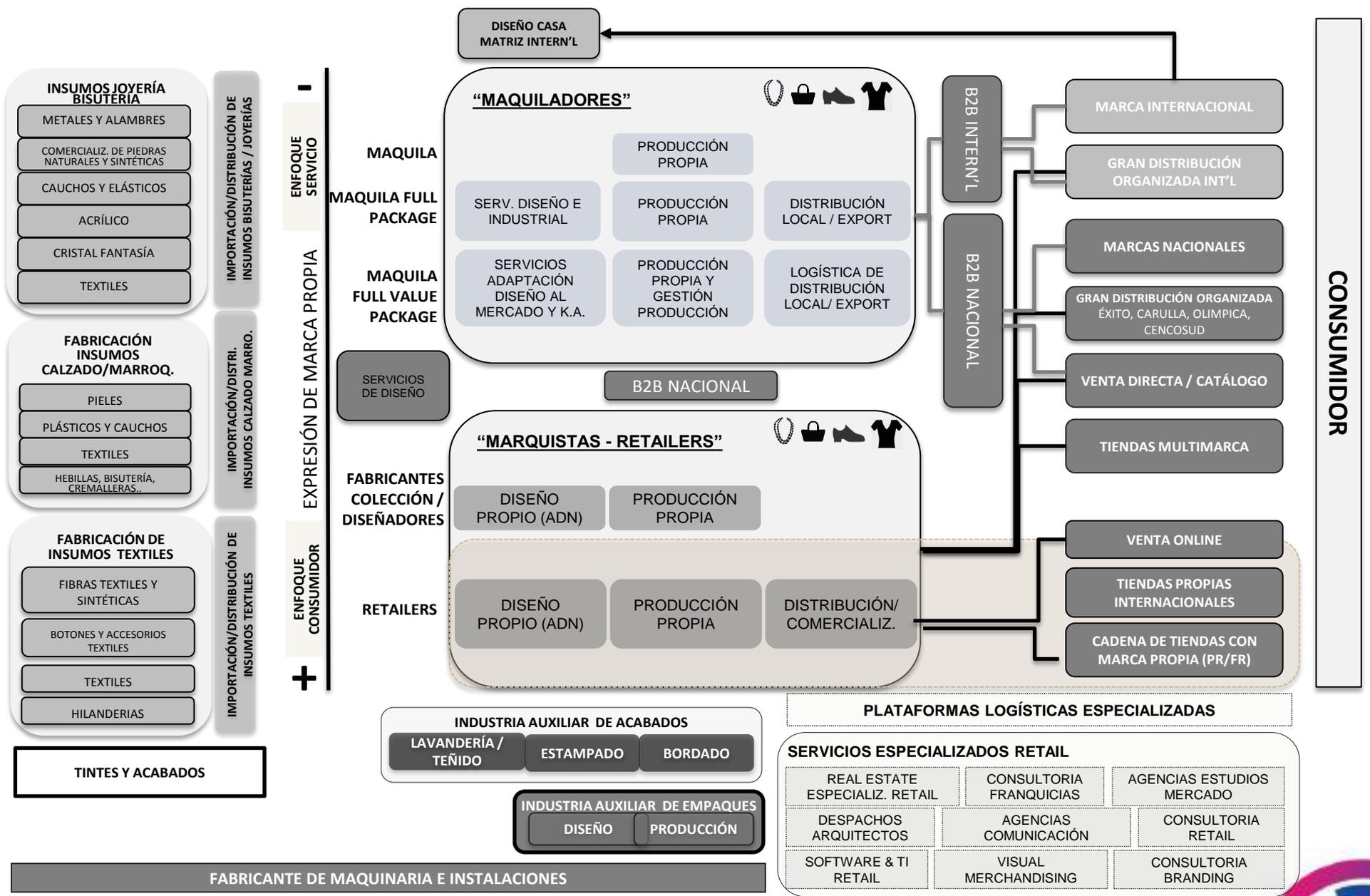


Red Empresarial *Cluster* Sistema Moda 2015



*Hilandería, tejeduría y tintorería

Fuente: Asocámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali



50 empresas: 62% de las ventas 2015

MARCA CON TIENDA
19 Empresas
Participación Ventas: 63%



MARCA SIN TIENDA
3 Empresas
Participación Ventas: 2%



GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN
13 Empresas
Participación Ventas: 20%



TIENDA MULTIMARCA RETAILS
15 Empresas
Participación Ventas: 15%



*Industria Local de Apoyo: 203 Empresas – Facturación 110 M USD (fotografía, publicidad, logística de eventos etc.) Fuente: Cámara de Comercio de Cali 2015 . Base Calculo TRM : \$2743 COP





Generalidades de la Caracterización del Cluster



- ❖ El 83 % son micro y pequeñas
- ❖ 2ª -3ª generación Familiar
- ❖ Segmentos donde compite el Sistema Moda del Valle:
 - Calzado Masculino: Casual y Streetwear
 - Calzado Femenino: Sandalia y Zapato Media – Alta Gama
 - Joyería y Bisutería: Platería y Piedras semipreciosas
 - Confección: Básicos, Tejido de punto, Casualwear y Streetwear con alguna propuesta de moda
- ❖ Maquilas y Marcas compiten en estratos medios.
- ❖ Oportunidad en el desarrollo de productos de Nicho como las Fajas.
- ❖ Bajo nivel de automatización y modernización.
- ❖ La industria exporta a países de centro américa y la región caribe, el producto nicho fajas llega a Estados Unidos y países del medio oriente.



Diseño

- ❖ Las decisiones son tomadas por los gerentes de la empresas
- ❖ Bajo nivel de estandarización en el proceso de diseño
- ❖ Dificultad para diferenciarse en proveduría
- ❖ Las Maquilas comienzan a generar propuesta de Diseños a sus clientes.

Proveduría

- ❖ Producción en grandes lotes
- ❖ No se cuenta con una cadena de producción rápida y flexible
- ❖ Se establecen relaciones de largo plazo con el proveedor
- ❖ Existe poca integración hacia atrás en procesos de tejeduría, lavandería, bordado, estampado etc.



Fabricación

- ❖ La capacidad instalada esta en su mayoría menor al 90%
- ❖ Baja variedad de referencias / líneas de producto y alta cantidad de prendas, pocas colecciones al año
- ❖ Existe baja disponibilidad de mano de obra calificada en la operación de maquinaria

Logística

- ❖ Ineficiencia en inventarios / altos costos en reposiciones
- ❖ No existe una estrategia definida de optimización de procesos

Marketing

- ❖ No existe una estrategia de comunicación definida
- ❖ Baja experiencia de compras en el punto de venta



Existen oportunidades de mejora en los eslabones de la cadena de valor del Sistema Moda; esto se interpreta como una situación positiva, ya que hay espacios claros para fortalecer una industria de Moda más sofisticada con procesos productivos flexibles y eficientes



Benchmarking Iniciativa *Cluster*



Sistema Moda

INICIATIVA CLUSTER



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
DE PLANEACIÓN



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster

Con el apoyo

CLUSTER | DEVELOPMENT



Cámara de Comercio de Cali





Benchmarking Iniciativa *Cluster*

En el *benchmarking* se identificaron diferentes modelos de negocio que le han permitido a las empresas europeas consolidarse en la industria de la moda

OPCIONES ESTRATÉGICAS: “PRODUCTO PROPIO”

“LA EXPRESIÓN DE LA MARCA ES BIPOLAR”

“MARCA
GRAN CONSUMO”

“MARCA
CON IDENTIDAD”



MÚLTIPLES CONSUMIDORES
PRODUCTO (QUÉ COMPRA)
IMPULSO – REPETICIÓN - CORTO PLAZO
PROPUESTAS A PARTIR DEL CONSUMO
INDIFERENCIA / FAST FASHION
MULTICANAL PULL-PUSH-PULL (VENTA)

“EL CLIENTE”
EXPERIENCIA (QUIÉN COMPRA)
RELACIÓN A LARGO PLAZO
PROPUESTA ÚNICA A PARTIR DE “MI” CLIENTE
SIGNIFICANCIA / RECUERDO / SEDUCCIÓN
OMNISCANAL DIÁLOGO (RELACIÓN)

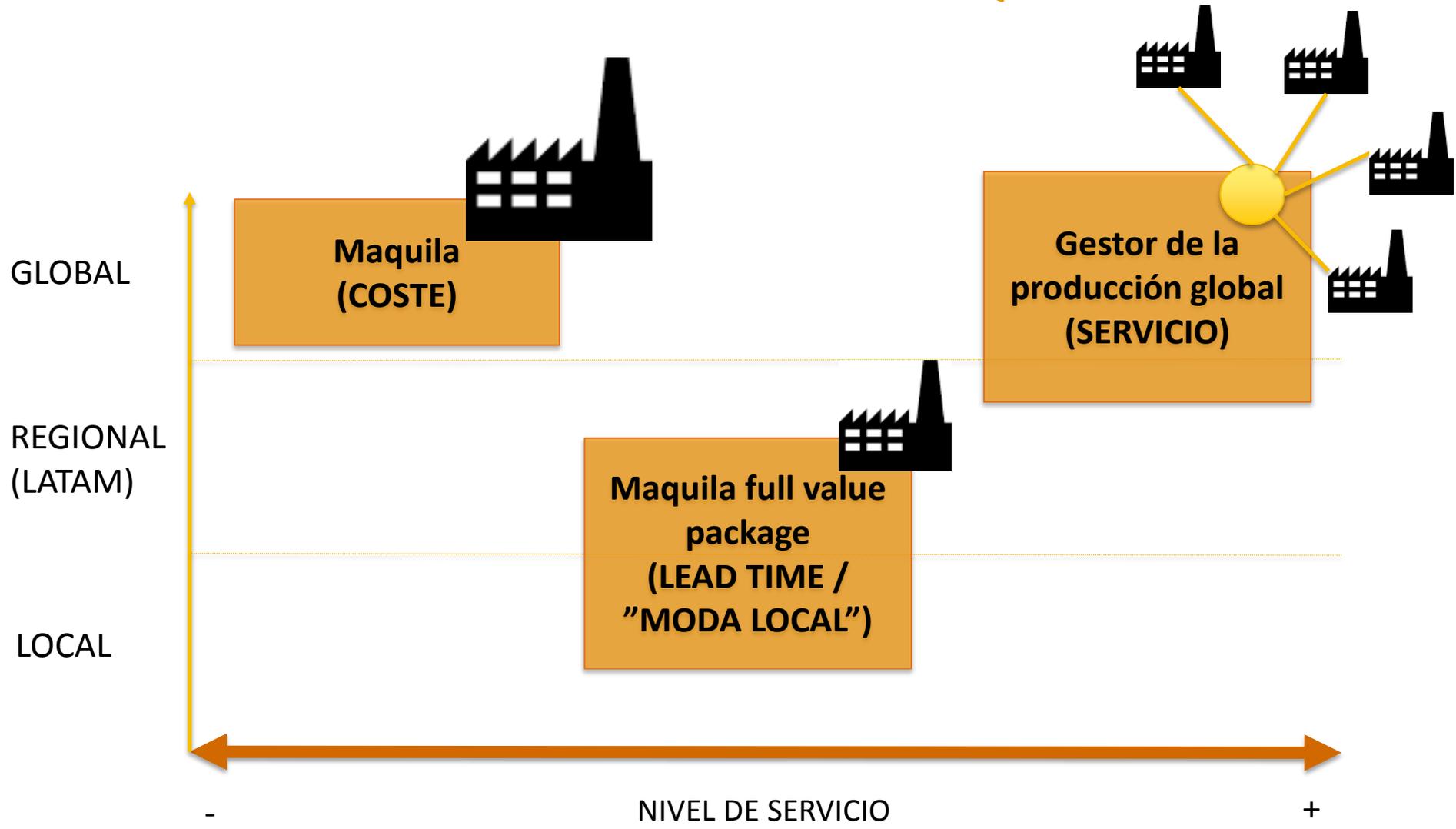
OPCIONES ESTRATÉGICAS



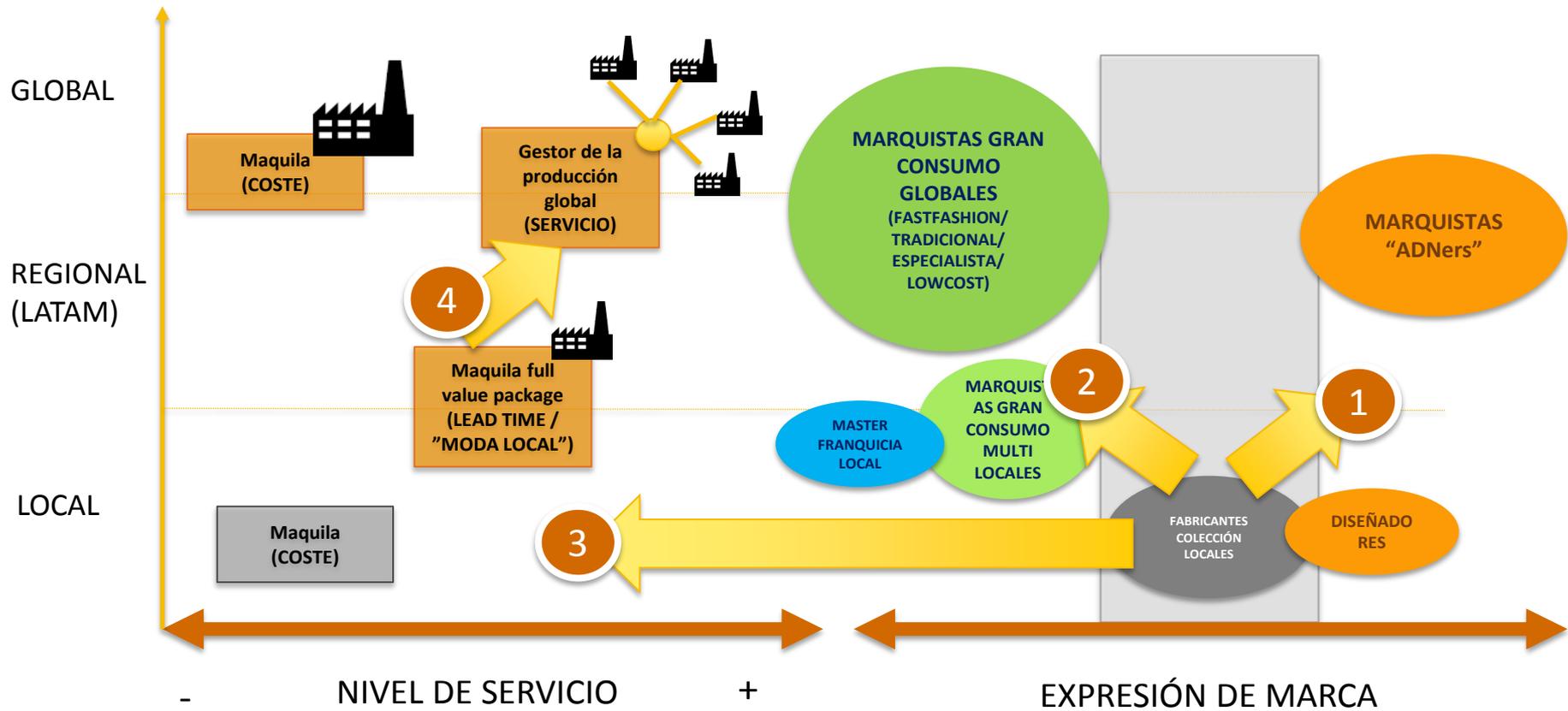
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO



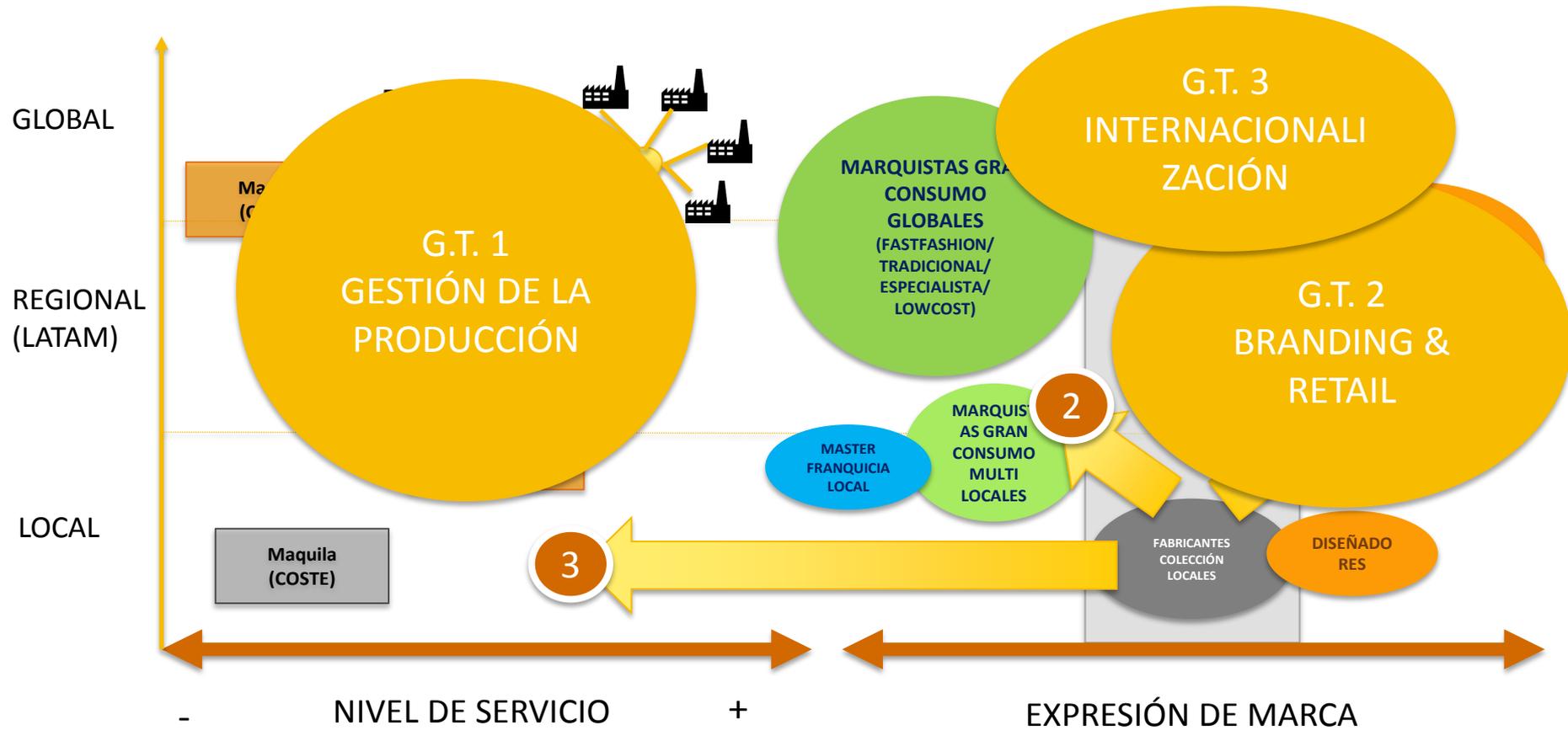
OPCIONES ESTARTÉGICAS: "MAQUILAS"



¿Hacia donde va el Sistema Moda del Valle del Cauca?



¿Hacia donde va el Sistema Moda del Valle del Cauca?





Mesas de Trabajo del *Cluster*

(22 de noviembre)

1. Gestión de la Producción



2. Branding & Retail



3. Internacionalización



Plan de presentación



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

1. Enfoque de competitividad regional y empresarial y Plataforma Iniciativas *Cluster*
2. Iniciativa *Cluster* Sistema Moda: ¿De dónde venimos?
3. **Propuesta Plan de Acción**
4. Diálogo con los empresarios



Cámara de Comercio de Cali

Opciones Estratégicas del Plan de Acción del *Cluster* Sistema Moda

1 Gestión de la Producción

2 *Branding & Retail*

3 Internacionalización

Opciones Estratégicas del Plan de Acción del *Cluster Sistema Moda*

1 Gestión de la Producción

2 *Branding & Retail*

3 Internacionalización

1 Gestión de la Producción

Diseño e Industrialización

Desarrollo de habilidades en diseño según cliente

Programa de inteligencia de mercado

Consolidación de industria auxiliar local

Gestión de la Producción Local e Internacional

Desarrollo de habilidades en respuesta rápida y personalización de producto

Productividad y optimización en Full Value Package

Plataforma de gestión de la producción en Asia

Gestión del Cliente

Posicionamiento del Valle del Cauca como maquila de alto valor

Atracción de marcas internacionales

Proyecto 1: Desarrollo de habilidades en diseño según cliente

Objetivo: aumentar la capacidad de generar y proponer continuamente nuevos diseños desarrollando propuestas de mayor valor a clientes internacionales por parte de las empresas gestoras de la producción de la Iniciativa *Cluster Sistema Moda*

- ▶ **Programa de respuesta rápida a “prontomodistas” – lead time + solución global**, proyectos piloto en fábrica de implementación de procesos de diseño con habilidades de pronto moda
- ▶ **Programa de inteligencia de mercado**; adquirir capacidades para generar propuestas a clientes pronto modistas/marcas de gran consumo/marcas internacionales
- ▶ **Formación en diseño “total look”**, capacidades de hacer propuestas de producto en varias categorías

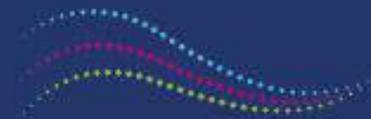
Proyecto 2: Programa de inteligencia de mercado

Objetivo: sistematizar, analizar y presentar a las empresas de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda, información sobre la industria del Sistema Moda (Mundo y Colombia) para impulsar su competitividad

- ▶ **Dinámica del mercado mundial y nacional:** generar informes periódicos con variables macroeconómicas (consumo, producción, nuevos competidores)
- ▶ **Mapa de generadores de tendencias globales** identificar y hacer seguimiento a los generadores de moda en el mundo (Milán, París, Barcelona, New York, Tokyo) y conexión con centros de innovación en sistema moda para desarrollar sistemas de información de tendencias
- ▶ **Vigilancia tecnológica:** fortalecer el conocimiento de las empresas en los avances tecnológicos, patentes e insumos de la Industria mundial

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una organización productora y comercializadora de prendas de vestir en tejido de punto a nivel nacional, con moderna tecnología y un equipo humano comprometido que permite satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.



DISEÑO



CORTE



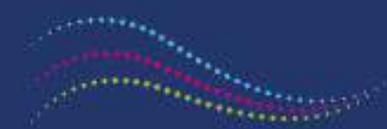
CONFECCIÓN



BODEGA



DESPACHO



MODELO ÁGIL DE COMERCIALIZACIÓN

● PLATAFORMA WEB



Venta en línea



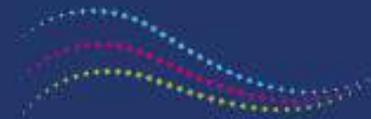
Diseños pre-aprobados por clientes



Personalización



Entregas rápidas



MODELO DE NEGOCIO



Apoyo a cliente con software



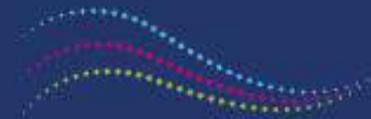
Reposición bajo demanda



Diseños exclusivos



Financiación



NUEVO MODELO DE NEGOCIO



a
aritex

UNA IDEA CREADA
PARA MEJORAR
RENTABILIDAD
CON GRAN INNOVACIÓN

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 3: Consolidación de industria auxiliar local

Objetivo: fortalecer y desarrollar los proveedores locales de insumos y servicios que cumplan con los estándares del servicio de maquila internacional

- ▶ **Ecosistema de innovación con proveedores de insumos locales** (diseñadores, marcas, centros tecnológicos, universidades) para el desarrollo de producto conjunto (mejores materiales diferenciados y anticipación de tendencias)
- ▶ **Programa de formación a la industria de insumos para el desarrollo de producto** (materiales, formas, colores, químicos, técnicos, funcionales) para tener capacidades de personalización de productos y aumento de calidades y diferenciación

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 3: Consolidación de industria auxiliar local

Objetivo: fortalecer y desarrollar los proveedores locales de insumos y servicios que cumplan con los estándares del servicio de maquila internacional

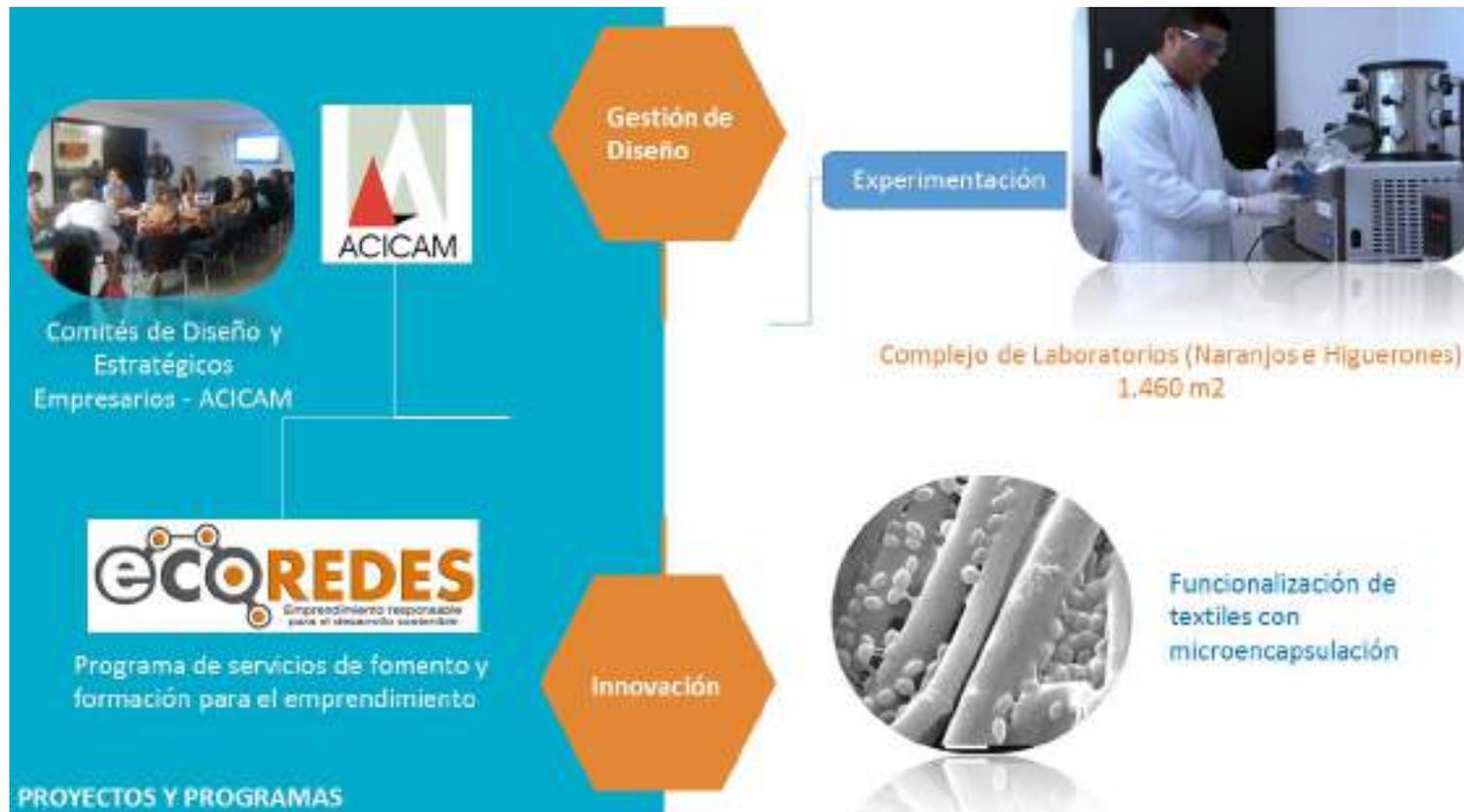
- ▶ **Ecosistema de innovación con proveedores de insumos locales**
 - ▶ Insumos usando impresión 3D
 - ▶ Uso de materiales alternativos
- ▶ **Programa de formación a la industria de insumos para el desarrollo de producto**

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER

Cámara de Comercio de Cali

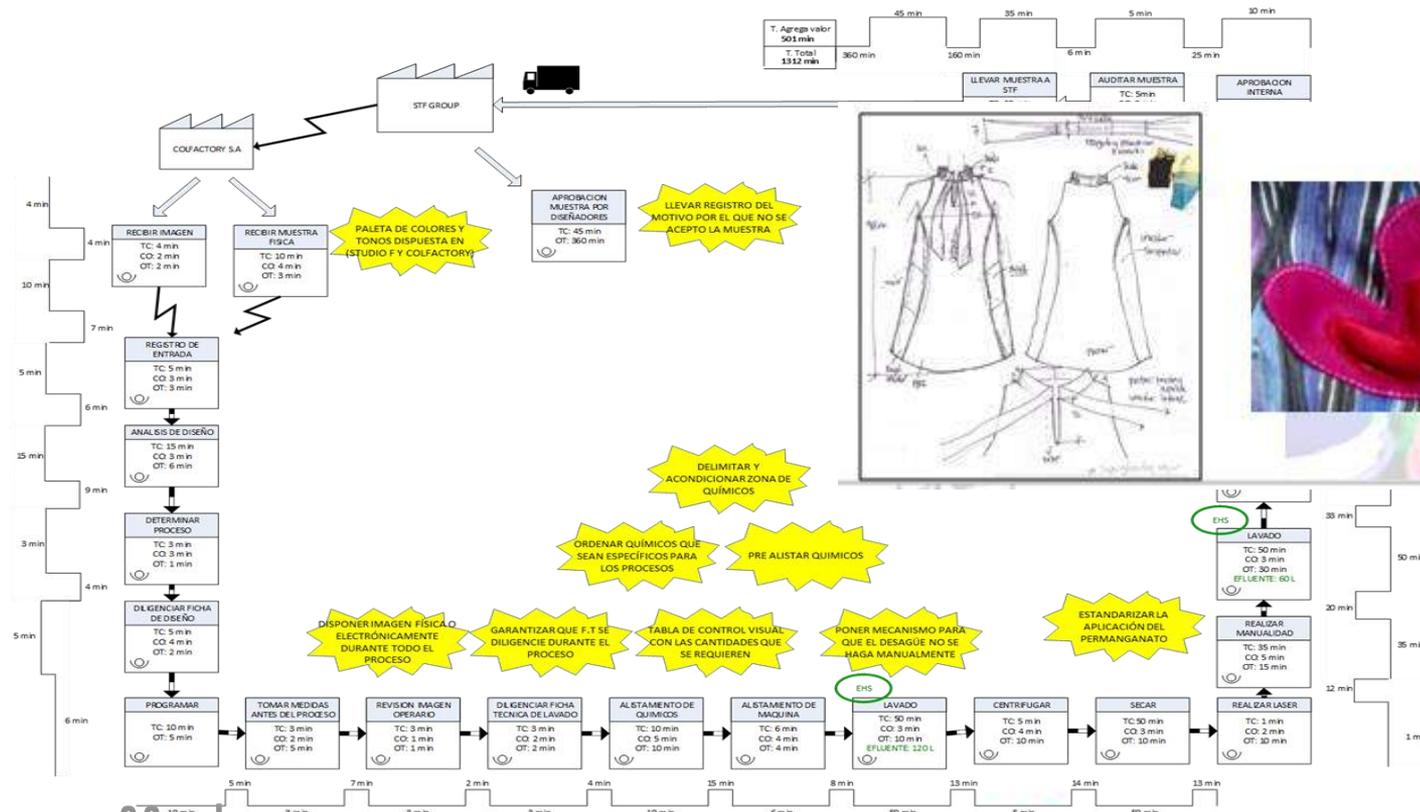
1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Ejemplo: Mejora de desarrollo de producto usando Lean Product Development Design Thinking



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER

Cámara de Comercio de Cali

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 4: Desarrollo de habilidades en respuesta rápida y personalización de producto y “gestión *total look*”

Objetivo: aumentar la capacidad de aprovisionamiento mediante la búsqueda y gestión de firmas locales (o no) para garantizar tiempos de respuesta

- ▶ **Inventario de empresas locales/nacionales/internacionales** para el desarrollo de maquila y capacidad de respuesta rápida
- ▶ **Programa de conexión Marquistas Locales con las Maquilas *Value Package*** para el desarrollo de un “sistema de respuesta rápida y flexible” y “gestión de la producción local *total look*”

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 4: Desarrollo de habilidades en respuesta rápida y personalización de producto y “gestión *total look*”

- ▶ **Inventario de empresas locales/nacionales/internacionales**
 - ▶ Información en línea con recomendaciones

- ▶ **Programa de conexión Marquistas Locales con las Maquilas *Value Package***

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 5: Productividad y optimización en *Full Value Package*

Objetivo: fortalecer a las empresas en los modelos de negocio de maquila para entender el significado de *Full Value Package*

- ▶ **Seminario sobre modelos de negocio “*Full value package*”** con casos exitosos en Colombia
- ▶ **Programa de fortalecimiento de la productividad y respuesta rápida:** desarrollo de seminarios/cursos especializados en capacidades para mejorar tiempos de respuesta y aumento de la productividad (*lean manufacturing*)
- ▶ **Identificación y presentación de** mejores prácticas mundiales y casos de éxito en la fabricación y robotización de fábricas (ejemplo Brasil)

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 5: Productividad y optimización en *Full Value Package*



- ▶ Programa de fortalecimiento de la productividad y respuesta rápida:
- ▶ Comunidad de práctica Lean y diplomado USB: formación, auditoría, énfasis cultura y estrategia

1 Gestión de la Producción



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión de la Producción
Local e Internacional

Proyecto 6: Plataforma de gestión de la Producción en Asia

Objetivo: explorar e identificar oportunidades para el aprovechamiento del potencial de la producción global para el desarrollo de nuevos negocios

- ▶ **Estudio de inteligencia de mercados** para la identificación de potencialidades de la producción global y ventajas para una estrategia combinada local/global – modelos de éxito
- ▶ **Seminario “Gestión de la producción global”** con jugadores internacionales que ya lo han realizado
- ▶ **Establecer una oficina de compras de insumos y gestión de la producción en destino**

1 Gestión de la Producción



Gestión del Cliente

Proyecto 7: Posicionamiento del Valle del Cauca como maquila de alto valor

Objetivo: Posicionar en el contexto nacional e internacional al Valle del Cauca como líder en el desarrollo de servicios de tipo *Full Value Package Full Service*



- ▶ **Canalizar la oferta de valor orientada según enfoque de producto, ventajas y fortalezas de la región, grupo de empresas, capacidad de respuesta, y cliente:** «El cliente quiere pasar tiempo con su familia»
 - ▶ Prefieren pagar por el servicio completo a tener un departamento para eso
- ▶ **Participación en eventos nacionales B2B de Sistema Moda** (Medellín) y regionales (Perú, Ecuador, Centroamérica, México)
- ▶ **Diseño y realización de un Evento del Cluster** con alcance nacional/internacional con espacio B2B, ruedas de negocio con marcas/distribuidores nacionales



1 Gestión de la Producción



Gestión del Cliente

Proyecto 7: Posicionamiento del Valle del Cauca como maquila de alto valor

- ▶ **Profesional experto en desarrollo de materia prima (*TELAS*) en Asia**
 - ▶ Tela es factor decisorio para contacto inicial cliente
- ▶ **Oficina técnica compartida para la captación de producciones** (ventanilla única) para ofrecer productos complementarios
- ▶ **Sistema dinámico en que el maquilador de paquete completo actúa como vendedor de nuestra cadena**
 - ▶ Sinergia entre todos los eslabones para garantizar cumplimiento y rápida respuesta
- ▶ **Resultado: Construcción de una oferta de valor/volumen/respuesta entre las empresas de servicios existentes en el Valle del Cauca**



1 Gestión de la Producción



Gestión del Cliente

Proyecto 8: Atracción de marcas internacionales

Objetivo: posicionar en el contexto internacional al Valle del Cauca como líder en el desarrollo de servicios de tipo *Full Value Package*

- ▶ **Una vez posicionados, los clientes van llegando solos**
- ▶ **Estudio de mercado de potencialidades** de atracción de marcas internacionales a Colombia (ejemplo Barcelona): Filtrar el mercado objetivo
- ▶ **Oficina de representación:**
 - ▶ Garantía, Confianza, Legitimidad «the name needs to have a face»
 - ▶ Agentes involucrados en proceso continuo y con experiencia
- ▶ Programa de **Landing** de marcas internacionales con master franquicias; fortalecimiento “De *full value package* a master franquicia”

Proyecto 8: Atracción de marcas internacionales

- ▶ **Participación en ferias internacionales** para captar marcas para atraer a Colombia

- ▶ ***ESTE NEGOCIO SE MUEVE POR EL VOZ A VOZ Y REFERIDOS, LA MEJOR PUBLICIDAD ES UN CLIENTE SATISFECHO!***

- ▶ Mantener el servicio y estar en constante búsqueda de implementar nuevas actividades que agreguen valor al servicio ofrecido.
 - ▶ Relaciones de largo plazo: aprendemos a conocer al cliente
- ▶ Mantener precios por medio de tecnologías de punta, no atraerlos por medio de esto
- ▶ Estar en constante búsqueda de innovar en procesos, diseños, tendencias, tecnología y **TELAS**



1 Gestión de la Producción

Diseño e Industrialización

Desarrollo de habilidades en diseño según cliente

Programa de inteligencia de mercado

Gestión de la Producción Local e Internacional

Consolidación de industria auxiliar local

Desarrollo de habilidades en respuesta rápida y personalización de producto

Productividad y optimización en Full Value Package

Plataforma de gestión de la producción en Asia

Gestión del Cliente

Posicionamiento del Valle del Cauca como maquila de alto valor

Atracción de marcas internacionales

Opciones Estratégicas del Plan de Acción del *Cluster Sistema Moda*

1 Gestión de la Producción

2 ***Branding & Retail***

3 Internacionalización

2 *Branding & Retail*

Gestión de Marca

Programa integral de desarrollo de identidad de marca

Programa de gestión de marca

Desarrollo de Producto

Programa de inteligencia de mercado

Programa de refuerzo de capacidades de diseño diferenciado

Gestión Producción

Consolidación de industria auxiliar local

Plataforma de compras en Asia

Gestión de Cliente

Programa de marcas de canal

Inteligencia en localizaciones y tiendas

Acercamiento a Venture Capital especializado en Retail



Proyecto 1: Programa integral de desarrollo de identidad de marca

Objetivo: fortalecer las capacidades de las empresas para la identificación de marca y su propuesta de valor hacia el mercado



- ▶ **Seminario especializado** en generación de identidad de marca en Sistema Moda
- ▶ **Identificar y desarrollar una consultoría especializada** en desarrollo de identidad de marca
- ▶ **Estructuración y promoción de proyectos** de generación de ADN “compartido Sistema Moda” con enfoque “*total look*”



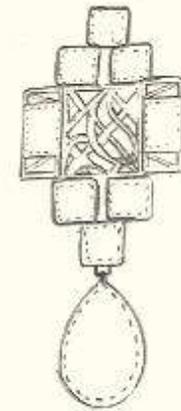
Proyecto 2: Programa de gestión de marca

Objetivo: Establecer “Brand Values” como base de una propuesta única (Brand manager & Brand book)



- ▶ **Seminario especializado** en gestión de marca en Sistema Moda
- ▶ Creación de herramientas de posicionamiento conjunto en el *Cluster* “marca de moda del Valle del Cauca” o narrativa de moda del Valle
- ▶ Identificación de expertos locales e internacionales en gestión de marca – promoción de áreas especializadas en Sistema Moda en estas empresas (promoción de proyectos piloto conjuntos)
- ▶ Profundización de conocimiento en herramientas de gestión de marca a través de redes sociales / canal online





Evolución identidad
de marca



Anterior

The current logo consists of the word "SENDA" in a brown, serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right, and the name "Nelly Rojas" in a brown, sans-serif font below it.

SENDA®
Nelly Rojas

Actual



Valores de
marca

INSPIRACIÓN
EXPLORACIÓN
CREATIVIDAD
EXCLUSIVIDAD
AUTENTICIDAD
PASIÓN
FUERZA

Proyecto 3: Programa de inteligencia de mercado

Objetivo: estructurar e implementar un programa de vigilancia tecnológica en sistemas de información de tiendas y aplicación para generación de tendencias (bigdata, IOT, sistemas predictivos)

- ▶ **Estudio de consumidor nacional a 15 años (prospectiva) que incluya canales de comercialización**
- ▶ Priorización de 1 mercado internacional anual para el estudio de canales de comercialización, *targets* de clientes potenciales, barreras a la entrada y atractividad del mercado
- ▶ Sistema de información de tendencias globales

Proyecto 4: Programa de refuerzo de capacidades de diseño diferenciado

Objetivo: Desarrollo de conocimiento de materiales, formas, colores disponibles en el mundo para el desarrollo de “productos más complejos” y diferenciados en la Iniciativa *Cluster Sistema Moda*

- ▶ **Programa profesionalizado de formación en diseño y *product management* en marcas con ADN propio** (colecciones, conocimiento de insumos, *branding*, *marketing* en moda)
- ▶ **Programa de emprendimiento para diseñadores** con capacidad de generar tendencias y ADN (vínculo con empresas locales con ADN – premio/reto)

Si
Es tuyo!

www.almacness.com

AHORA
SOMOS MAS
QUE TELAS

2016-2017

Bienvenidas

TODAS
LAS FORMAS

ANTES



EVOLUCION



AHORA





Es tuyo!

- PRODUCTO
- + VOLUMEN
- ROTACIÓN
- + COMPRADORES
- CLIENTES

- + PRODUCTO
- VOLUMEN
- + ROTACIÓN
- COMPRADORES
- + CLIENTES

ENFOQUE INDUSTRIAL

ENFOQUE AL CLIENTE

ANTES

AHORA

VALOR
AGREGADO





**NUEVO FORMATO
UNICENTRO**

Si[®]
Es tuyo!

PROPUESTA DE VALOR



“Estamos en el negocio de crear experiencias memorables e inspiradoras para el hogar y la familia, a través de productos textiles de alto valor agregado y cómodos sistemas de pago.”

PILARES ESTRATÉGICOS

A

EXPERTOS
MICRO
CRÉDITO



D

VISTE A LA
FAMILIA Y
EL HOGAR



N

EXPERTOS
COMERCIO
TEXTIL



SÍ S.A.S

Más de 50 años
de experiencia

NUESTRO PERFIL DE CONSUMIDOR



- Familias tradicionales y comprometidas con el hogar.
- Les encanta adquirir productos modernos, de alta calidad y a un precio justo.
- Encuentran en nuestras tiendas diferentes opciones, estilos y gustos para cada integrante de la familia.

MARCAS PROPIAS



- Amplia gama de opciones de marcas para cada estilo y necesidad de nuestro consumidor.

SÍ S.A.S

Más de 50 años
de experiencia

Fase analítica

DRP – POS –INVENTARIO –CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO-
PRESUPUESTO – MTS2 – UNIDADES TOP –BOTTOM –MARCA – FAMILIA
– TIQUETE PROMEDIO – PIRAMIDE DE PRECIO



PLAN DE DEMANDA – DATOS PROPIOS HISTORIAL (CRM RFM) – RADAR
– DANE

PERFIL DEL CLIENTE
CONCEPTO DE COLECCIÓN POR MARCA
PLAN COMERCIAL
PLANIFICACION DE ACTIVIDADES
PRESUPUESTO INVERSION VENTA RENTABILIDAD

Actividades



PLANIFICACION DE VIAJES Y FERIAS, INVESTIGACION PORTALES DE MODA (PRESELECCION DE TEJIDOS Y COLORIDOS)

GESTIÓN DE CARTA DE COLORES Y TEXTURAS, DISEÑO BOCETOS

COMPRA DE INSUMO PRINCIPAL TEXTILES

DISEÑO Y ELABORACION MUESTRARIOS, CONFECCION FICHA TECNICA

SELECCIÓN DE MODELOS Y COLOR

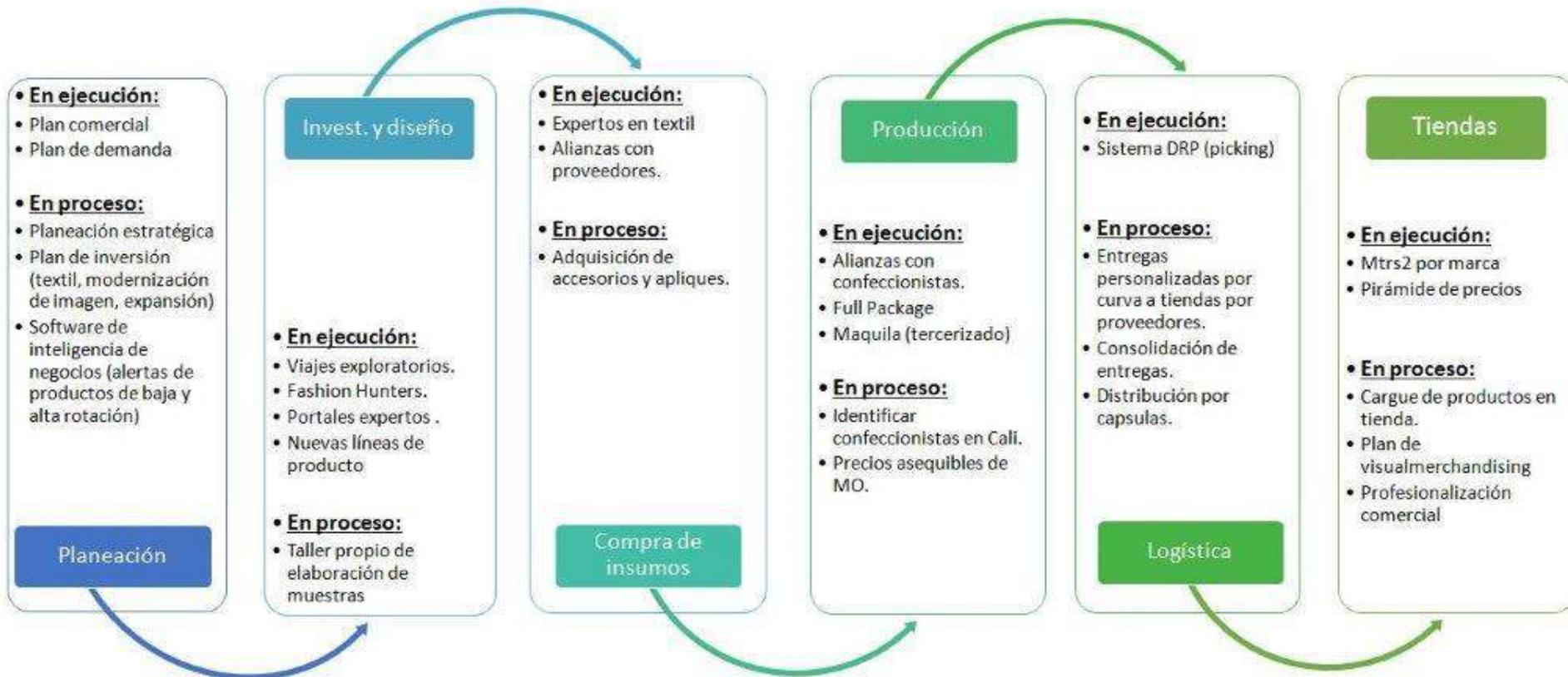
EVALUACION DE PRECIO

PRESENTACION COLECCIÓN VENTAS (EVALUACIÓN)*

CRONOGRAMA DE COLECCIONES

AÑO 1												AÑO 2											
ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
												Promocion		Colección 1				Colección 2			Colección 3		
														Caps 1	Caps 2	Caps 3	Caps 4	Caps 1	Caps 2	Caps 3	Caps 1	Caps 2	Caps 3
Investig. de tendencias Investig. de tendencias Pedido de telas Llegada de telas Desarrollo y aprob de muestras Desarrollo y aprob de muestras Produc. Produc. Produc. Entrega Entrega Entrega / Dsitrib. Dsitrib. Dsitrib. Dsitrib.																							
												Investig. de tendencias Investig. de tendencias Pedido de telas Llegada de telas Desarrollo y aprob de muestras Desarrollo y aprob de muestras Produc. Produc. Produc. Entrega Entrega Entrega / Dsitrib. Dsitrib. Dsitrib.											
												Investig. de tendencias Investig. de tendencias Pedido de telas Llegada de telas Desarrollo y aprob de muestras Desarrollo y aprob de muestras Produc. Produc. Produc. Entrega Entrega Entrega / Dsitrib. Dsitrib. Dsitrib.											

CADENA DE VALOR





Proyecto 5: Consolidación de Industria Auxiliar Local

Objetivo: Fortalecimiento de la industria Auxiliar Local para una mayor integración con el ADN de la marca



- ▶ **Ecosistema de innovación con proveedores de insumos locales** (diseñadores, marcas, centros tecnológicos, Universidades) para el desarrollo de producto conjunto (mejores materiales diferenciados y anticipación de tendencias a partir de los ADN de las marcas).
- ▶ **Programa de conexión marquistas locales con las maquilas *value package* para el desarrollo de un “sistema de respuesta rápida y flexible”**




Gestión Producción
Proyecto 5: Consolidación de Industria Auxiliar Local
Diseño Estratégico para Empresas de Insumos y Componentes

Proyecto para mejorar la gestión del diseño en pequeñas y medias empresas con énfasis en:

- Gestión de Colecciones.
- Adecuación de lanzamientos al ciclo de la moda.
- Identificación de fortalezas para la innovación.



- Análisis del Proceso de Desarrollo de nuevos productos o mejora de existentes
- Planeación de Colecciones.
- Adecuación de lanzamientos al ciclo de la moda.
- Identificación de fortalezas y aspectos diferenciadores de la empresa a nivel de producto



2

Branding & Retail

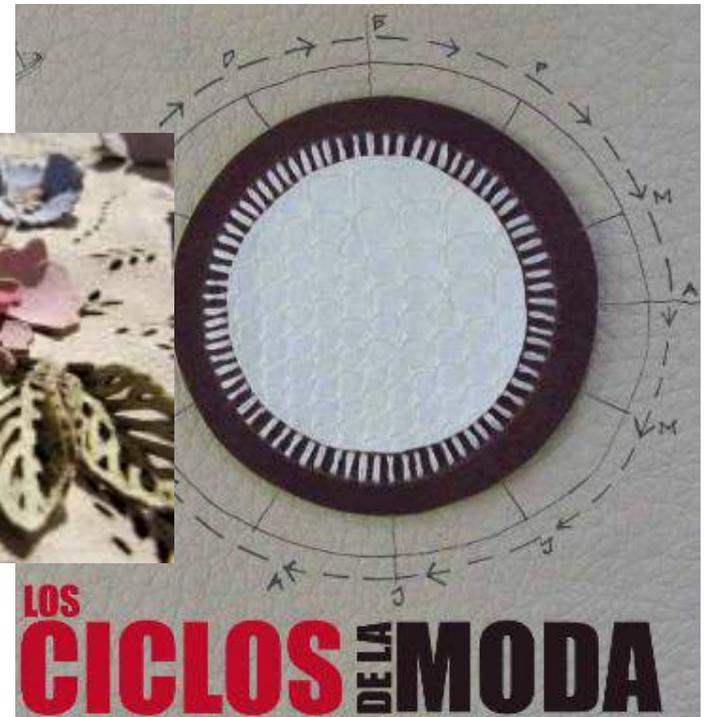


UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Gestión Producción

Proyecto 5: Consolidación de Industria Auxiliar Local

Diseño Estratégico para Empresas de Insumos y Componentes



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER




Gestión Producción

Proyecto 5: Consolidación de Industria Auxiliar Local

Objetivo: Fortalecimiento de la industria Auxiliar Local para una mayor integración con el ADN de la marca

- ▶ Programa de conexión marquistas locales con las maquilas *value package* para el desarrollo de un “sistema de respuesta rápida y flexible”



JOHANNA ORTIZ

pink filosofy



Grupo Platino
Lavandería & Servicio Industrial. Full pack / lavados



Sistema Moda

INICIATIVA CLUSTER



Proyecto 6: Plataforma de compras a nivel local o en Asia

Objetivo: Lograr mayor aprovisionamiento de insumos o de producto final



- ▶ **Establecer una oficina de compras** de insumos y gestión de la producción en destino
- ▶ **Acuerdo con *Full Value Package* locales** para que exploren la posibilidad de convertirse en gestores de la producción





Proyecto 7: Programa de marcas de canal

Objetivo: Desarrollo de conocimiento en Nuevos canales de comercialización (Observatorio / Formación / Consultoría)



- ▶ **Programas de difusión y formación:** seminarios de difusión estratégica con participación de expertos y casos de éxito
- ▶ **Programa de formación ejecutiva especializada:** este programa debe desarrollarse en cooperación con alguna escuela de negocios de prestigio con especialistas en innovación en la distribución.
- ▶ **Programas de asesoramiento y *coaching*:** el programa debería incluir programas de acercamiento a la consultoría individualizada en retail marketing
- ▶ **Programa de acercamiento a recursos financieros y de *know-how*:** Soporte a la búsqueda de partners adecuados para la expansión del negocio tanto a nivel de capital, como de know how





Proyecto 8: Inteligencia en localizaciones y tiendas

Objetivo: Conformar un Observatorio de Real State para Sistema Moda que se encargue de la información relacionada con localizaciones y tiendas



- ▶ Precios m2
- ▶ Zonas que se desarrollan rápido en retail
- ▶ Llegada de competidores





Proyecto 9: Acercamiento a Venture Capital especializado en Retail

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

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



Proyecto 10: Programa de "industrialización" de diseñadores (de diseñador a empresa)

Objetivo: Impulsar la transición de diseñadores a empresarios de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda

- ▶ **Programa de acercamiento de marcas:** espacios de networking y de desarrollo de producto / proyectos conjuntos con marcas
- ▶ **Seminarios de formación para diseñadores con visión empresarial**
- ▶ **Programa de generación de marquistas a partir de diseñadores consolidados**
- ▶ **Ayuda a planes de negocio para escalamiento del concepto/marca de diseñador a "empresa marquista"**
- ▶ **Acercamiento con los *value package* locales y gestores de producción globales para escalamiento de la producción**

2 *Branding & Retail*

Gestión de Marca

Programa integral de desarrollo de identidad de marca

Programa de gestión de marca

Desarrollo de Producto

Programa de inteligencia de mercado

Programa de refuerzo de capacidades de diseño diferenciado

Gestión Producción

Consolidación de industria auxiliar local

Plataforma de compras en Asia

Gestión de Cliente

Programa de marcas de canal

Inteligencia en localizaciones y tiendas

Acercamiento a Venture Capital especializado en Retail



Opciones Estratégicas del Plan de Acción del *Cluster Sistema Moda*

1. 1 1. Gestión de la Producción

1. 2 1. *Branding & Retail*

3 Internacionalización

3 Internacionalización

Desarrollo de Negocio Internacional

Priorización de países

Prospectiva país objetivo

Desarrollo de productos internacionalizables por fuera de la oferta exportable

Viaje comercial con empresarios

Plataforma de Ventas en Destino

Gestor de Mercado Internacional

Acciones de promoción en destino

Internacionalización de Marquistas

Programa de marcas de canal internacional (por país)

Inteligencia en localizaciones y tiendas internacionales

Acercamiento a Venture Capital especializado en retail

3 Internacionalización

Desarrollo de negocio
internacional

Proyecto 1: Priorización de países

Objetivo: Consolidar un proceso metodológico organizado para priorizar el acceso a mercados internacionales que muestre las condiciones regulatorias, de mercado y de consumidor en los mercados objetivos



- ▶ **Definición de países de interés** (variables macroeconómicas)
- ▶ **Información de las empresas** (portafolio exportable actual)
- ▶ **Atractivo de mercado países de interés** (condiciones de acceso y viabilidad de negocios)
- ▶ **Priorización países** (2 - 3 mercados)



3 Internacionalización

ANN CHERY®
SIEMPRE LA MEJOR

Desarrollo de negocio
internacional

Proyecto 2: Prospectiva país objetivo



- ▶ **Viaje preparatorio** – técnico previo al país (sin empresas)
- ▶ **Análisis profundo de Mercado** (precios, formatos retail , etc.)
- ▶ **Detección de oportunidades**
- ▶ **Pre-búsqueda de socios en destino** (master franquicia, distribuidores, multimarca, ...)
- ▶ **Difusión de oportunidades a la iniciativa *Cluster* según las categorías**

3 Internacionalización

ANN CHERY®
SIEMPRE LA MEJOR

Desarrollo de negocio
internacional

Proyecto 3: Desarrollo de productos internacionalizables por fuera de la oferta exportable



- ▶ **Presentación de productos con oportunidad según las tendencias por mercado visitado**
- ▶ **Análisis de factibilidad con las empresas en cuanto nuevos desarrollos con potencial**
- ▶ **Definición de grupo de trabajo de oportunidades detectadas**
- ▶ **Desarrollo de producto por mercado**



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER



Cámara de Comercio de Cali



120

3 Internacionalización

ANN CHERY®
SIEMPRE LA MEJOR

Desarrollo de negocio
internacional

Proyecto 4: Viaje comercial con empresarios

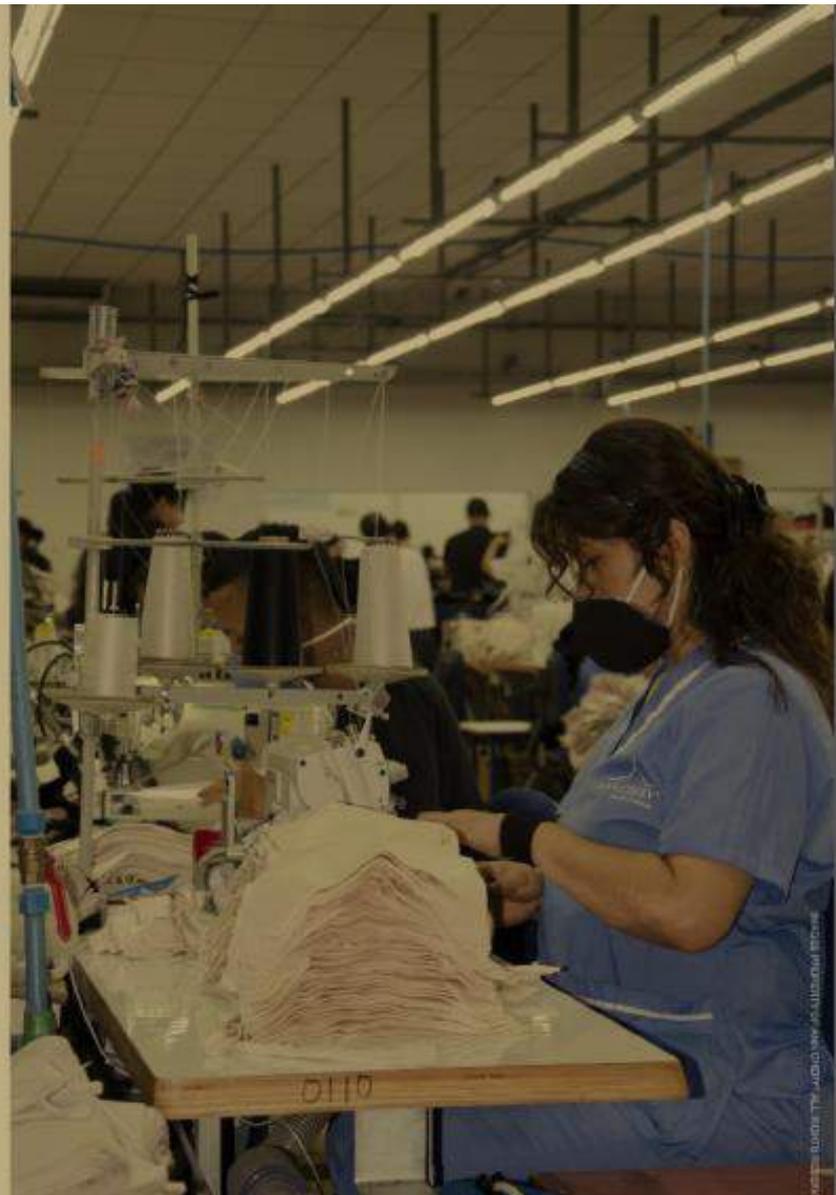


- ▶ **Definición de posibles alianzas en términos de mercadeo y publicidad** entre empresas vallecaucanas para conquistar mercados internacionales
- ▶ **Viaje con empresas para visitas a clientes y *partners***

ANN CHERY®

SIEMPRE LA MEJOR

Ann Chery es una empresa con una trayectoria de 35 años en el mercado, dedicada a la producción y comercialización de fajas y prendas de control. Innovando constantemente en la implementación de nuevas tecnologías y materiales para brindarle a sus clientes productos de alta calidad.



Somos productores del Látex desde su origen natural, incorporando este material en nuestras prendas, lo que nos ha permitido posicionar nuestros productos en el Top de ventas en esta categoría. Contamos con puntos de distribución alrededor del mundo que nos permiten hacer llegar a los diferentes territorios nuestro producto de manera efectiva y confiable.



• AROUND THE WORLD •



Ann Chery suministra su producto a través de diferentes canales de distribución, como tiendas departamentales, tiendas propias, canales mayoristas y medios online

1. Centros de distribución autorizados en los siguientes países.

- Colombia.
- Estados Unidos.
- México.
- Ecuador.

2. 50 Shopping Shops en México y Colombia

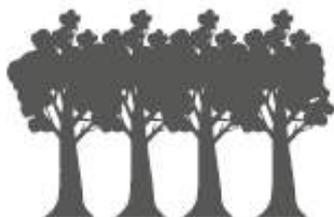
3. 39 Tiendas propias.

- 30 en Colombia
- 9 en México

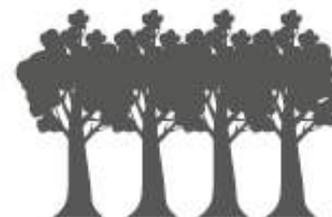
4.200.000 UNIDADES

de fajas son producidas al año, aproximadamente

La marca se ha posicionado en el mercado internacional en un segmento que hace parte de las ventajas competitivas del país, para el sector moda, textil y confección.



Uno de los grandes diferenciadores de la marca proviene del proceso de producción del látex que se usa para nuestras prendas; El cual es monitoreado desde su punto de origen natural en bosques de árboles de caucho de Guatemala y los llanos orientales de Colombia, certificados con el sello RAC (Rainforest Alliance Certificate).



PRODUCCIÓN MANUAL

Nuestros productos son fabricados con cuidadosos procesos manuales y rigurosos controles de calidad, garantizando que cada uno de los componentes de las prendas, son procesados y elaborados por la compañía.



HECHO EN COLOMBIA

Ann Chery es uno de los ejemplos de la iniciativa Hecho en Colombia, como referente de calidad en el proceso de elaboración de un producto.

NUESTRA CERTIFICACIÓN



BUSINESS ALLIANCE FOR **SECURE COMMERCE**

CONGRESOS NACIONALES E INTERNACIONES



ANN CHERY
SIEMPRE LA MEJOR
PATROCINADOR OFICIAL



CELEBRIDADES

Por nuestra alta calidad y posicionamiento en el mundo, las celebridades nos eligen a la hora de usar nuestro producto por sus beneficios y calidad, brindándonos una acreditación en el mercado.



Kim Kardashian



Amber Rose

PATROCINIOS

Por el posicionamiento que hemos adquirido durante estos años a nivel mundial y sobre todo en USA, hemos logrado alianzas estratégicas con marcas de talla mundial, en esta temporada nos convertimos en sponsor oficiales de los MIAMI HEAT.



3 Internacionalización

Plataforma de ventas en destino

Proyecto 5: Gestor de mercado internacional

Objetivo: Tener un espacio de negocios conectado con el mercado objetivo



- ▶ **Un gestor de mercado en destino** que coordina las acciones de posicionamiento y marketing de las marcas del valle en los mercados priorizados
- ▶ **Ej. Cluster fashion de barcelona** (hong kong, países nórdicos, usa)

3 Internacionalización

Plataforma de ventas en destino

Proyecto 6: Acciones de promoción en destino

Objetivo: realizar una agenda de actividades y eventos para impulsar las ventas externas y el posicionamiento de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda



- ▶ **Showroom de prensa**
- ▶ **Realización y gestión de eventos de posicionamiento**
- ▶ **Gestión de representantes**
- ▶ **Estudios de mercado y tendencias**
- ▶ **Mapping de retail y marcas competidoras**

3 Internacionalización



UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
CALI

Internacionalización de
Marquistas

Proyecto 7: Internacionalización de Marquistas

Objetivo: Lograr que las empresas marquistas del *Cluster* Sistema Moda conquisten nuevos mercados internacionales



- ▶ **Programa de marcas de canal internacional (por país)**, programas de asesoramiento y coaching para abrir o gestionar tiendas en otros países
- ▶ **Inteligencia en localizaciones y tiendas internacional**, observatorio de *Real State* que brinde información internacional (precios m², zonas que se desarrollan rápido en retail)
- ▶ **Acercamiento a venture capital especializado en retail**, financiación para la expansión a otros mercados internacionales

3 Internacionalización

Desarrollo de Negocio Internacional

Priorización de países

Prospectiva país objetivo

Desarrollo de productos internacionalizables por fuera de la oferta exportable

Viaje comercial con empresarios

Plataforma de Ventas en Destino

Gestor de Mercado Internacional

Acciones de promoción en destino

Internacionalización de Marquistas

Programa de marcas de canal internacional (por país)

Inteligencia en localizaciones y tiendas internacionales

Acercamiento a Venture Capital especializado en retail

Opciones Estratégicas del Plan de Acción del *Cluster Sistema Moda*

1 Gestión de la Producción

2 *Branding & Retail*

3 Internacionalización



Plan de Acción

Gestores de la Producción

- Consolidación de la industria auxiliar local
- Desarrollo de habilidades en respuesta rápida y personalización de producto
- Productividad y optimización en Full Value Package
- Posicionamiento del Valle del Cauca como maquila de alto valor

Branding & Retail

- Programa integral de desarrollo de identidad de marca
- Programa de gestión de marca
- Programa de refuerzo de capacidades de diseño diferenciado
- Programa de marcas de canal

Internacionalización

- Desarrollo de negocio internacional
- Internacionalización de Marquistas
- Plataforma de ventas en destino

Modelo de implementación del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda



En 2016 se publicó el **Primer Informe de Vigilancia Tecnológica** para el *Cluster de Macrosnacks*



- ✓ **Identificación de patentes y nuevos productos** para los segmentos de: edulcorantes, molinería, frutos secos, ingredientes
- ✓ **Acceder a la información de invenciones** por países, empresas y tecnologías
- ✓ Conocer las **ventajas competitivas** de proteger la propiedad industrial (marcas, diseños industriales)
- ✓ Identificar las **tendencias mundiales** para el desarrollo de *snacks*

[Ver Boletín](#)

En el Plan de Acción se identificó la necesidad de la **Inteligencia Competitiva** para hacer seguimiento a las dinámicas mundiales

Reportes de Vigilancia Tecnológica



Informes de Inteligencia de Mercados para los diferentes segmentos de negocio

TRADE MAP



MINTEL



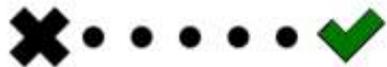
EUROMONITOR INTERNATIONAL



statista



- **Acceso limitado** a fuentes de información primaria y secundaria para la toma de decisiones
- **Bajo nivel de adaptación** de los productos según las dinámicas y tendencias del mercado global
- **Débil inserción** en nuevos mercados
- **Procesos débiles** de desarrollo de producto



Propuesta: Inteligencia de mercados para las *Iniciativas Cluster*

¿Quiénes son?

Inteligencia de mercados



MINTEL



EUROMONITOR
INTERNATIONAL



Reddi
CENTRO DE INNOVACIÓN

- **Líder mundial en Inteligencia de mercados.** Cuenta con la base de datos más importante de nuevos desarrollos de productos (64 países y 247 categorías)
- **Líder mundial en análisis de mercado de industrias y consumidores** de más de 210 países y 27 industrias, con datos históricos y proyecciones
- **Centro de Innovación regional** para la transferencia tecnológica y consolidación del ecosistema de Ciencia, Tecnología, Innovación y Emprendimiento (CTI+E)

Servicios

Inteligencia de mercados



MINTEL

- Global New Product Database (GNPD)** – Información detallada de nuevos desarrollos
- **3 Industrias** (Alimentos, Bebidas y Belleza y Cuidado Personal)
 - **62 países** incluido Colombia



EUROMONITOR
INTERNATIONAL

- Passport** - Información de mercado para
- **7 Industrias** relacionados con los *Clusters*
 - **14 países** incluido Colombia
 - **4 regiones**



Reddi
CENTRO DE INNOVACIÓN

- Boletín de Vigilancia Tecnológica y Comercial** – Información de Propiedad Intelectual (patentes, marcas..)
- **6 Iniciativas *Cluster***

Información para los empresarios

Valor del mercado

Claims

Patentes de uso público

Tipos de empaques

Diseños industriales

Competidores

Tendencias en desarrollos

Canales de distribución

Marcas

Producción

Tablas nutricionales

Tendencias tecnológicas

Lanzamientos según categoría

Tipos de ingredientes

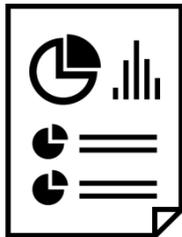
Proyecciones

MINTEL

EUROMONITOR INTERNATIONAL

Reddi
CENTRO DE INNOVACIÓN

Portafolio de servicios para empresas participantes



Reportes trimestrales

- Introducción de nuevos insumos, colores, bases, entre otros en los mercados
- Seguimiento lanzamientos de productos por segmento de negocio
- Tendencias países y segmentos de negocio
- Innovaciones en empaques (materiales, soluciones...)
- Valor del mercado y proyecciones por categoría



Boletín de Vigilancia Tecnológica y Comercial

- 1 cada semestre según segmento de negocio priorizado por las empresas

Valor del paquete de información \$8 millones

Número de empresas: 12



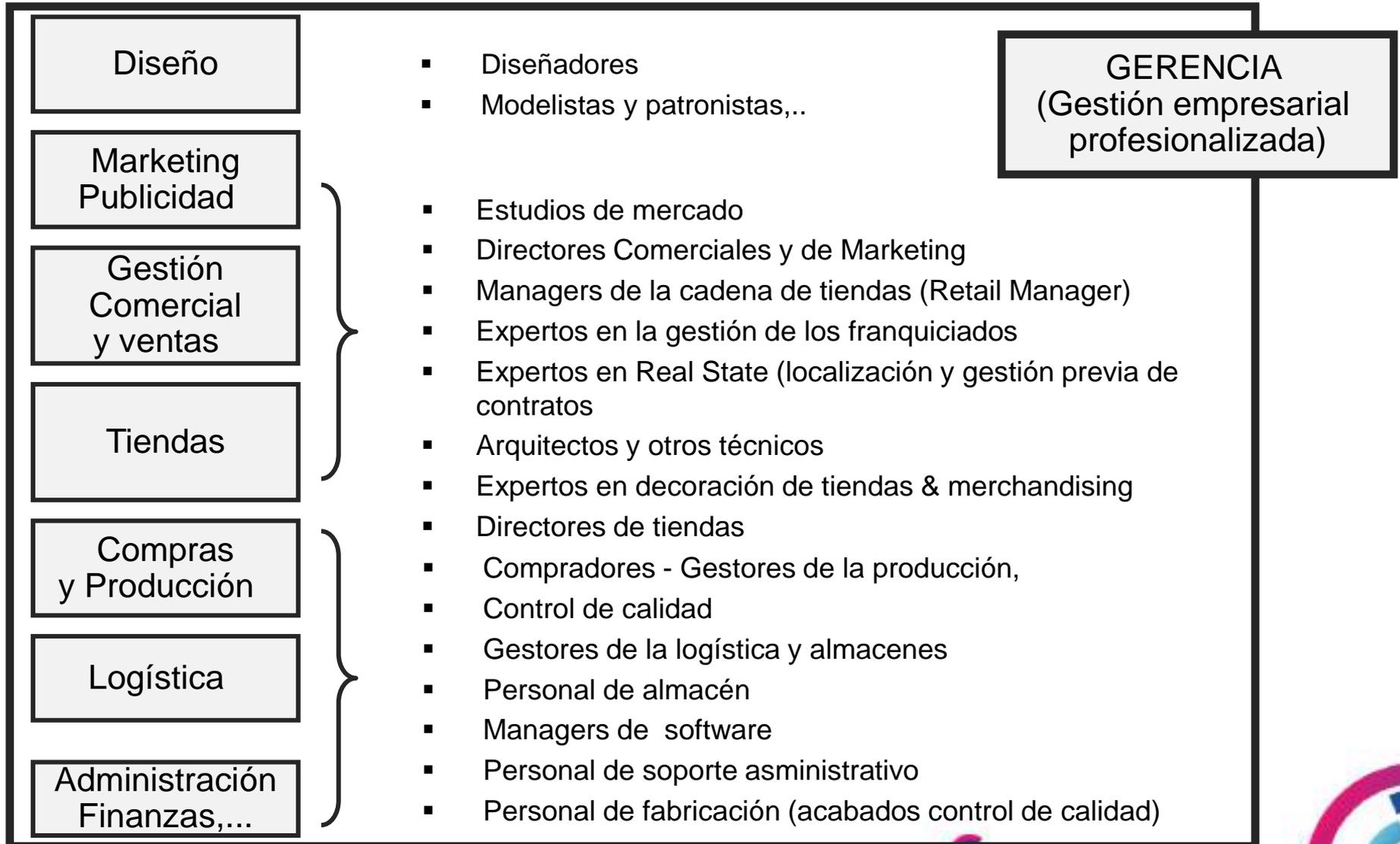
Cámara de Comercio de Cali

Identificación y medición de Brechas de Capital Humano para la Iniciativa Cluster Sistema Moda:



- Identificar los ajustes requeridos en los **perfiles profesionales actuales** en las empresas
- Identificar **los nuevos perfiles especializados** requeridos por las empresas del *Cluster*, necesarios para la sofisticación y el desarrollo de productos, que les permita insertarse en mercados globales más rentables

Retos: encontrar los perfiles profesionales



Continuar fortaleciendo las conexiones y generación de oportunidades de negocio para las empresas y sus cadenas productivas



- ✓ **Feria de insumos, materiales y complementos** para las empresas del *Cluster* Sistema Moda
Fecha: septiembre 2017



- ✓ **Feria de Ingredientes** para las empresas de los *clusters* de Macrosnacks y de Belleza y Cuidado Personal
Fecha: noviembre 2017

Plan de presentación



Cámara de
Comercio de
Cali

Plataforma Cluster



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

1. Enfoque de competitividad regional y empresarial y Plataforma Iniciativas *Cluster*
2. Iniciativa *Cluster* Sistema Moda: ¿De dónde venimos?
3. Propuesta de Plan de Acción
4. **Diálogo con los empresarios**



Cámara de Comercio de Cali



**Cámara de
Comercio de
Cali**

Tercera Presentación

Propuesta del Plan de Acción de la Iniciativa *Cluster* Sistema Moda

01 de diciembre de 2016



Sistema Moda
INICIATIVA CLUSTER



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI



Plataforma Cluster