

# GRUPO FAMILIA

*TENA*

---

CRISTIAN DAVID CORTÉS CONTRERAS

KAREN FUENTES GUERRERO



# ANTECEDENTES

---

- Aumento en la esperanza de vida.
- Envejecimiento de la población.
- Aumento en las necesidades de consumo para el adulto mayor.

# JUSTIFICACION

---

- Productos para el adulto mayor, discapacitados o enfermos.
- Sin tener ninguna otra alternativa, llega la vergüenza.
- Diferencia en tamaño.
- Comodidad y fiabilidad.

# OBJETIVOS

---

# GENERAL

---

Identificar el mercado objetivo y las oportunidades de negocio internacionalmente para llevar a cabo la exportación de pañales tena.

# ESPECIFICOS

---

1. Reconocer el mercado potencial al cual pueden ir dirigidas nuestras exportaciones.
2. Identificar los segmentos de mercado.
3. Analizar financieramente el mercado a seleccionar.
4. Diseño de la estrategia.

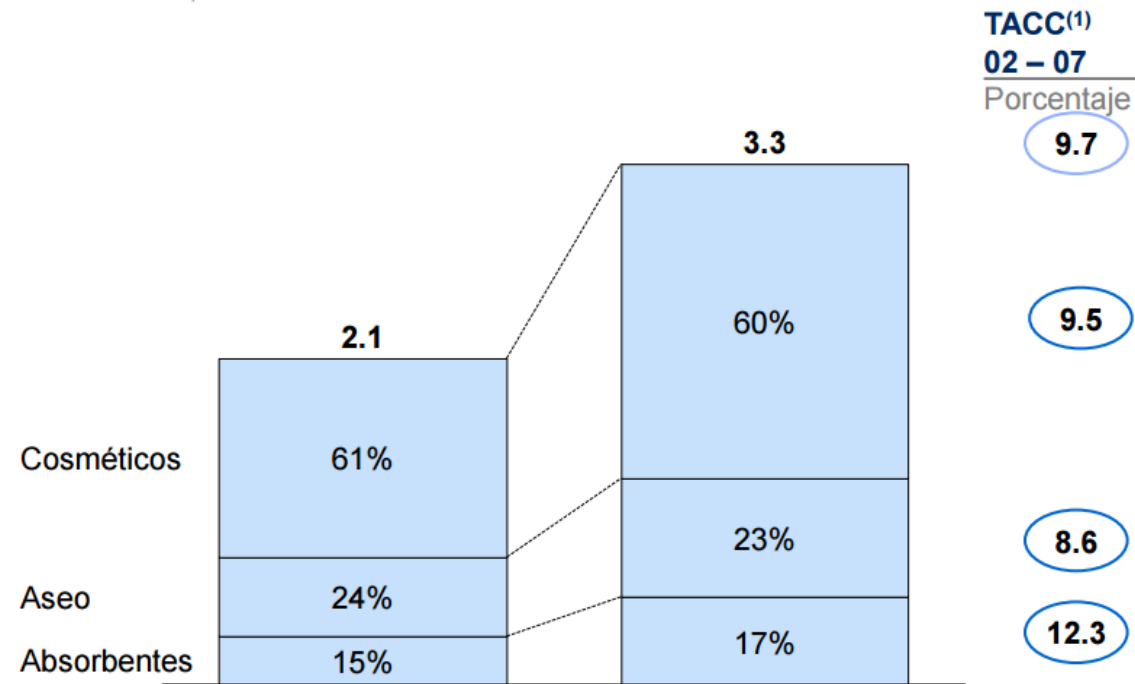


# CARACTERISTICAS DEL SECTOR

BOG-PXD001-COSMASPEF

**En Colombia, el sector de cosméticos y aseo es de US\$ 3.3 Miles de Millones en ventas y está creciendo a una tasa de 9.7% anual**

US\$ Miles de Millones, 2007





# CARACTERISTICAS DEL SECTOR

---

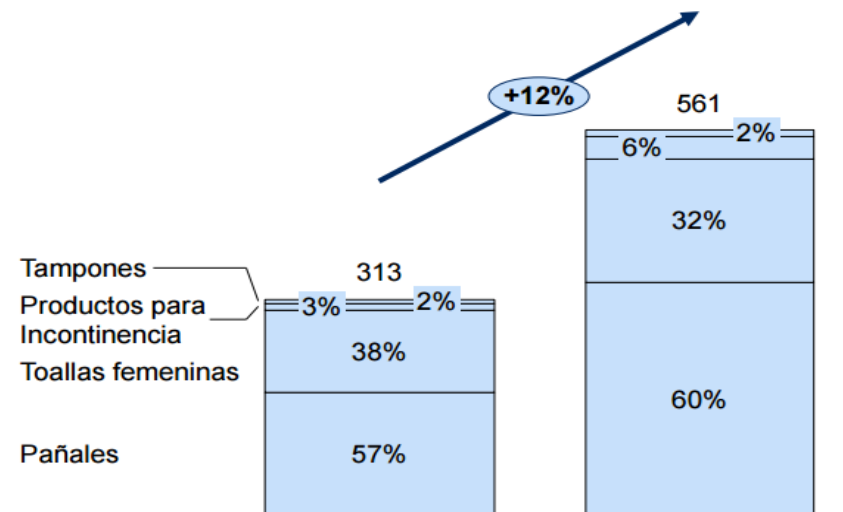
En Colombia, la industria se caracteriza por estar en constante crecimiento, y se encuentra compuesta por alrededor de 1.000 empresas heterogéneas respecto al tamaño. Aproximadamente 300 pertenecen al subsector de cosméticos y 700 a los de aseo y absorbentes.

Colombia junto a México son los dos principales exportadores de América Latina, ambos sumando un 20% en el mercado mundial.

# CARACTERISTICAS DEL SECTOR

## ABSORBENTES

La producción de absorbentes en los últimos años ha marcado los 561 millones de dólares, donde se encuentran clasificados productos como: tampones, productos para incontinencia, toallas femeninas y pañales.



# CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

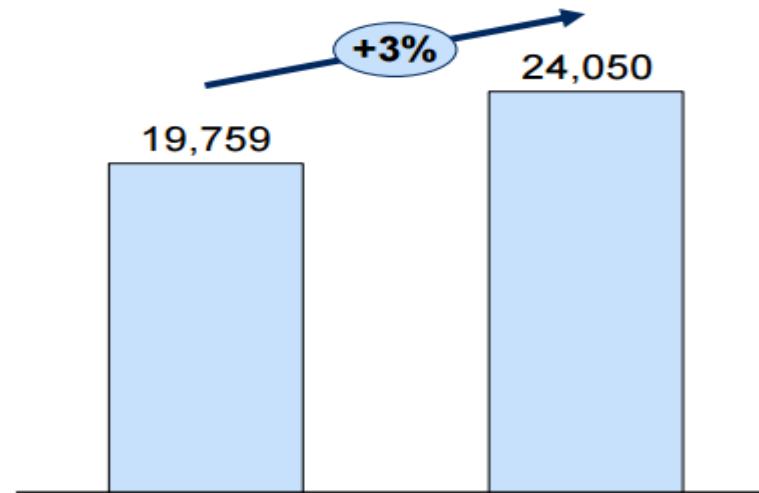
---

## CONTRIBUCIÓN AL EMPLEO:

El sector adicionalmente contribuye a los ingresos de aproximadamente 780 mil personas entre consultoras de venta directa, peluquerías y otras ventas de distribución.

**Evolución de empleos directos**  
Número de empleados

---



# CARACTERISTICA DEL SECTOR

---

## BALANZA COMERCIAL

Exportaciones	Importaciones	Balanza
7.347	22.982	15.635

# TENDENCIAS MUNDIALES, RETOS Y OPORTUNIDADES

---

## TRATADOS DE LIBRE COMERCIO:

- Honduras, Canadá, USA y Puerto Rico.

## ACUERDOS:

- Acuerdo de Cartagena: Bolivia, Ecuador y Perú.
- Caricom
- Mercosur
- Preferencia arancelaria regional: Brasil, Argentina, Uruguay, Cuba y Paraguay.
- Acuerdo con UE.
- ALC: suiza
- ALC: Noruega.

# TENDENCIAS MUNDIALES, RETOS Y OPORTUNIDADES

---

## EXPORTACIONES A NIVEL MUNDIAL

PAIS	2012	2013	2014
China	4.473.974	4.993.640	5.492.812
Alemania	692.400	730.651	867.107
Estados unidos	647.152	745.814	778.043
México	395.800	484.662	533.266
Pakistán	376.807	410.326	430.197

# TENDENCIAS MUNDIALES, RETOS Y OPORTUNIDADES

---

## CIFRAS DE CONSUMO

Asia es el mayor mercado con un 7,8% aunque Europa del este con 21,1% y América Latina con 11,3% son los de mayor crecimiento, específicamente encontramos en este último a Brasil con un 17,1%, Colombia con 12,3% y Perú con 18,7%.

# DIAGNOSTICO DE LAS 5 FUERZAS

---

## PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES:

Colombia es uno de los principales proveedores de cosméticos y productos de aseo de la región, la industria ha mostrado un crecimiento sostenible los últimos 8 años en cuanto a producción, ventas y exportaciones. Las ventas de maquillaje, tratamientos para la piel, cremas, jabones, shampoo colombianos gozan de gran prestigio en el exterior por su calidad y sus ingredientes naturales.

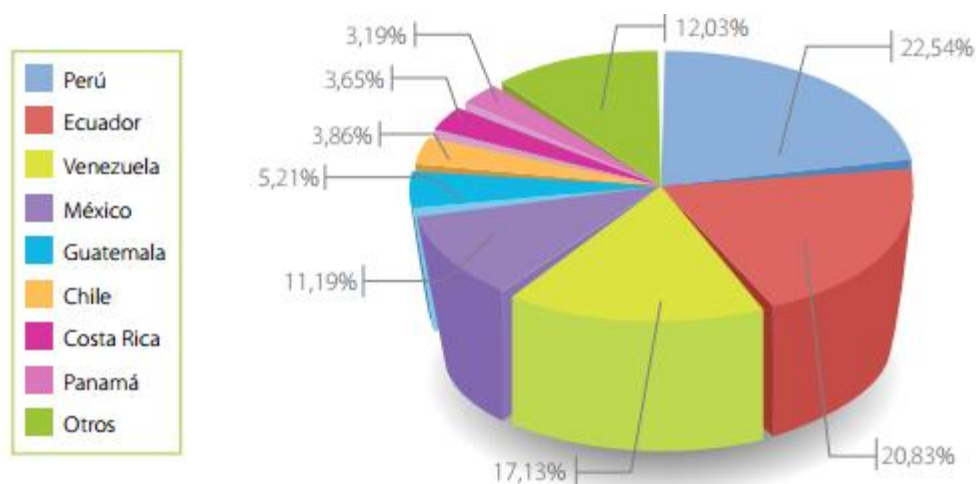


# DIAGNOSTICO DE LAS 5 FUERZAS

Uno de los principales clientes de este sector de cosméticos y aseo fue en un momento los distribuidores internos, es decir los distribuidores nacionales como cadenas de almacenes.

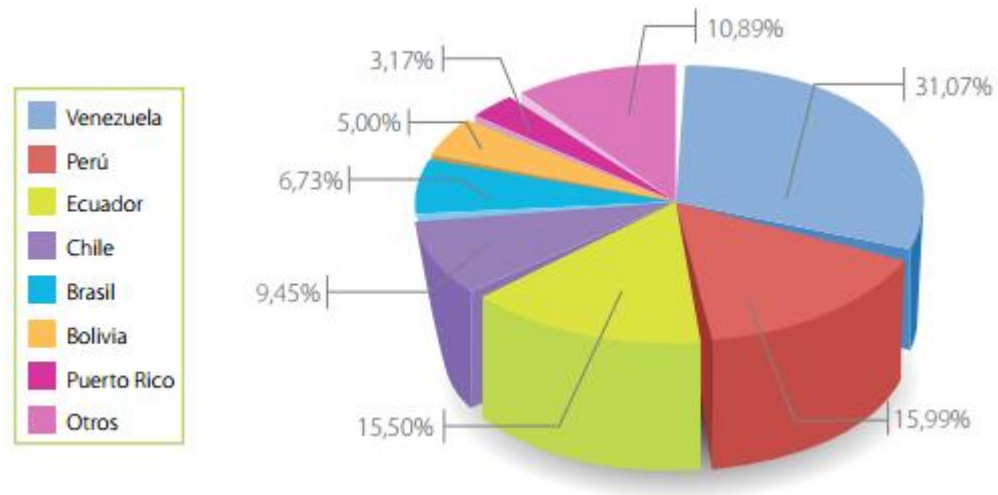
Seguidamente, gracias a la apertura económica se dio la oportunidad de tener nuevos clientes, estos fueron las multinacionales entrantes que incursionaron en el mercado nacional.

Destino exportaciones del sector



# DIAGNOSTICO 5 FUERZAS

## PODER DE NEGOCIACION CON CLIENTES



# DIAGNOSTICO 5 FUERZAS

---

## PODER DE NEGOCIACION CON PROVEEDORES

Gracias a que Colombia es el segundo país con mayor diversidad por kilómetro cuadrado en el mundo, los proveedores no tienen gran influencia en la producción de las empresas, pues los insumos para fabricar los productos son de fácil acceso y si se cambia de proveedor no influirá mucho con el valor final de producto.

# DIAGNOSTICO 5 FUERZAS

---

## AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Panorama del sector para el surgimiento de nuevas empresas, 71% para empresas nacionales y 29% para empresas extranjeras. En el país hay bastantes personas emprendedoras que han decidido crear empresa en este sector, pues en un sector prospero que tiende a crecer a nivel productivo y competitivo

# DIAGNOSTICO 5 FUERZAS

---

## AMENAZA DE PRODUCTO SUSTITUTOS

En este sector no se presenta mayor amenaza por productos o servicios que puedan reemplazar los actuales que están en el mercado. La verdadera amenaza radica en el nacimiento de nuevas formas de uso de estos productos que tienden a dejar a un lado los cosméticos en su forma básica, para darles otro sentido y funcionalidad.

# DIAGNOSTICO 5 FUERZAS

---

## RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

El mercado de los cosméticos y productos de aseo en Colombia no tiene una empresa visiblemente dominante; por lo tanto hay varias compañías que luchan entre sí por tener la mayor cantidad de ventas, los mejores estándares de calidad, los mejores precios entre otros aspectos por los cuales los usuarios califican y escogen un producto de determinada empresa.

# DIAMANTE DE PORTER

---

# CONDICIONES DE LOS FACTORES

---

## MANO DE OBRA

Los procesos productivos en la producción de cosméticos y productos relacionados con el aseo hay gran variabilidad y son pasos generalmente de baja complejidad tecnológica, de manera general, los procesos son la mezcla de materias primas y ensamble.

## INFRAESTRUCTURA

La estructura empresarial de la cadena del sector de cosméticos y aseo en Colombia ha presentado variaciones por cambios en la demanda, la oferta en este sector está concentrada en un pequeño número de empresas, lo que representa una estructura de mercado tipo oligopólico.



# CONDICIONES DE LA DEMANDA

---

## DEMANDA INTERNA-EXTERNA DEL PRODUCTO

En Colombia el sector de cosméticos y aseo es de 3.3 miles de millones en ventas y está creciendo a una tasa de 9.7% anual.

La tendencia de consumo de cosméticos y productos de cuidado personal en el mundo se ha encaminado especialmente hacia los insumos de origen natural y orgánico.

# SECTORES DE APOYO

---

El cluster de cosméticos y productos de aseo de la región evidencia una marcada concentración empresarial en unidades dedicadas a la comercialización y prestación de servicios a partir de productos de dicho sector.

Por otro lado, se debe destacar el canal de comercialización asociado a las grandes superficies y almacenes de cadena, que se ha posicionado como uno de los importantes para todos los productos del cluster.

# VENTAJA COMPETITIVA EN SECTORES PROVEEDORES

---

suficiencia y diversidad de empresas proveedoras de insumos y materia prima para el sector, entre las que se destacan aquellas dedicadas a la fabricación de productos químicos no especificados (28%), abonos y compuestos inorgánicos nitrogenados (17%), sustancias químicas básicas (9%) y plásticos en formas primarias (8%).

# VENTAJA COMPETITIVA EN SECTORES CONEXOS

---

Ante los considerables niveles de generación de valor agregado y ventas que ha registrado el sector de cosméticos y productos de aseo, también se destaca la oferta de empresas dedicadas al asesoramiento empresarial y en materia de gestión.

Dada la importante movilidad de insumos y bienes finales entre proveedores, clientes e intermediarios que muestra la industria de cosméticos y aseo al interior de la región, así como hacia otros mercados nacionales e internacionales, es clave señalar la significativa oferta de servicios.

# ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA

---

Uno de los sectores identificados fue el de cosméticos y aseo, para el que se ha establecido que Colombia sea reconocida en el año 2032 como un líder mundial en producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad con base en ingredientes naturales.

se ha propuesto el cumplimiento de una serie de requerimientos:

Tener acceso a materia prima con la calidad, precio y disponibilidad necesaria; contar con una regulación ágil para llevar productos al mercado en tiempos competitivos; desarrollar capacidades de I+D+i; contar con personal capacitado en áreas claves para la industria.

# ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA

---

## ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA DE EMPRESAS DOMESTICAS:

Actualmente existe un gran número de empresas que componen el sector, pero hay que tener en cuenta que hay una gran concentración en manos de grandes empresas.

## METAS:

Se registra que el 71% de las empresas en Colombia son nacionales y que el 78% de las ventas las realizan las empresas extranjeras.

Según cifras reveladas por Fenalco, Federación Nacional de Comerciantes, el sector de Cosméticos, le ha generado al país 16.000 empleos de manera directa, e impulsa el comercio minorista en un 11%.

# ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LA EMPRESA

---

## RIVALIDAD DOMESTICA:

La estructura empresarial de la cadena del sector de cosméticos en Colombia ha presentado variaciones por cambios en la demanda, la oferta en este sector está concentrada en un pequeño número de empresas, lo que representa una estructura de mercado tipo oligopólico, por lo tanto los precios y el nivel de producción se ven influenciados por este reducido grupo de oferentes.

---

**GRACIAS**

