

ANÁLISIS DEL SECTOR COSMETOLÓGICO Y ARTÍCULOS DE ASEO COMO SECTOR
DE CLASE MUNDIAL VINCULADO A LAS PYMES PARA LA MEJORA DE LA
COMPETITIVIDAD

DESARROLLO DE UN MODELO DE MANUFACTURA ESBELTA PARA PYMES

INTEGRANTES:

CAROLINA ARIZA RODRÍGUEZ

JAIRO ANDRÉS RAMÍREZ ESQUIVEL

MARCELA VALLEJO BELTRÁN

DIRECTOR DEL PROYECTO:

MSC. (C) MIGUEL ÁNGEL URIÁN TINOCO

ESPECIALIZACIÓN EN PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL

NIVEL II

DIRECCIÓN POSGRADOS

Objetivo:

Analizar el Programa de Transformación Productiva (PTP) creada por el Gobierno Nacional para mejorar la competitividad de los Sectores de Clase Mundial específicamente en las Pymes pertenecientes al Sector Cosmetológico y Artículos de Aseo.

Justificación:

Colombia es el quinto mercado de cosméticos y artículos de aseo en Latinoamérica. Las ventas del sector crecieron a una tasa de 6,9% entre 2000 y 2013 y se espera que a 2018 el éste alcance un crecimiento de 7,4% frente a 2013. De acuerdo al estudio realizado por Euromonitor International, 2014 (ProColombia, 2014).

Algunas de las ventajas para este tipo de inversiones incluyen la consolidación del eslabón de ingredientes naturales, la existencia de una política de Gobierno para el desarrollo comercial de la biotecnología, una dinámica representativa del mercado y la posibilidad de aprovechar el país como plataforma exportadora, entre otros (ProColombia, 2014).

Con base en lo anterior, se puede afirmar que las alternativas para mejorar la competitividad son amplias, viables y generaría un impacto muy favorable en la economía del país, lo que hace que sea interesante para el sector en Colombia.

Así mismo es considerable que aprovechando los recursos naturales del país, de acuerdo a su biodiversidad, se pueden generar un valor agregado, mejorando la percepción del cliente respecto a los productos elaborados en el país, así como lo hace actualmente Brasil incluyendo materia prima de la Amazonia.

En el mismo sentido se podría generar impacto de producción verde y apoyo social formulando políticas que apoyen la gestión de recursos naturales como materia prima soportados en planes biosostenibles y de gestión social.

Argumentación:

1. Programa de Transformación Productiva (PTP):

La economía mundial ha tenido un nuevo orden a razón de una creciente globalización, la generación de valor que otorgan las empresas a través de la innovación, el uso del

conocimiento, las exigencias productivas y comerciales, fomentan altos niveles de competitividad en los mercados internacionales. Los sectores de la economía colombiana y las empresas pertenecientes a dichos sectores deben ser capaces de posicionarse y alcanzar el éxito en estos escenarios.

Para llevar a cabo este propósito el gobierno colombiano dentro del marco de la política de productividad y competitividad (CONPES 3527 de 2008) ha establecido programas específicos como el de Transformación Productiva con el ánimo de desarrollar sectores productivos que se conviertan en Sectores de Clase Mundial (Planeación, 2012).

Los sectores de clase mundial son actividades económicas seleccionadas de manera técnica por el Estado con base en su desarrollo para lograr la meta-visión 2032 del país, todo esto orientado hacia una mayor competitividad (Planeación, 2012).

El Programa de Transformación Productiva (PTP) tiene por objeto la implementación de la Política de Transformación Productiva (CONPES 3678 de 2010) que propende la generación de crecimiento sostenible en la economía y el empleo, y busca desarrollar sectores

altamente competitivos y generadores de valor agregado, alcanzando los estándares de clase mundial (Planeación, 2012).

Según la Evaluación de Resultados del Programa de Transformación Productiva (PTP) (Planeación, 2012): *“En la coordinación con el sector empresarial a través de estrategias operativas centrada en los gremios derivó el contacto más directo con las empresas. Sin embargo, en la encuesta de percepción empresarial se denotó a 2012 que de 62 empresas de todos los tamaños y pertenecientes a diversos sectores, el 11% declara no participar en el programa. Esto se debe a factores como: (i) La base de datos reportaba empresas con datos de contacto incompletos, (ii) Al contactar las empresas reportadas éstas afirmaban no conocer el programa; y (iii) Algunas empresas no estaban interesadas en responder la encuesta”*.

Es así como a través de los planes de negocio trazados dentro del Programa de Transformación Productiva (PTP) para cada sector, estén orientados a la integración de un número mayor de empresas con un mejor y amplio conocimiento sobre la clasificación de clase mundial.

El eje central del presente informe está dirigido a uno de los sectores de clase mundial; denominado Cosmetológico y Artículos de Aseo y perteneciente al grupo impulso de Sectores

Nuevos y Emergentes que hacen parte del Programa de Transformación Productiva (PTP). (Turismo, 2010).

Dentro de las acciones que a hecho el Programa de Transformación Productiva (PTP) en este sector está el Programa de Calidad para el Sector Cosméticos que busca (Ministerio de Comercio, 2015): *“Resultados concretos referidos a mejorar la infraestructura de calidad, la capacidad técnica y de cumplimiento con normas internacionales de calidad, normas privadas y de sostenibilidad a lo largo de la cadena productiva de ingredientes naturales para la producción de los cosméticos”*.

A continuación se presentan los beneficios del Programa de Calidad para el Sector Cosméticos (Ministerio de Comercio, 2015):

- *“Mejora el acceso de este sector como exportador colombiano a los mercados internacionales.*
- *Aprovechamiento pleno de los Tratados de Libre Comercio.*
- *Fomenta el empleo.*
- *Se integran pequeñas empresas en las cadenas de valor, demostrando crecimiento inclusivo y sostenible.*
- *Desarrolla una oferta productiva competitiva y de alta calidad, lista para la internacionalización”*.

2. Desarrollo e innovación en procesos:

El Plan de Negocios de Cosméticos y Artículos de Aseo ha establecido tendencias mundiales que han causado impacto dentro del sector (Imagen 1) (Turismo, 2009):

Imagen 1: La segmentación de los consumidores, los mercados de bajos ingresos y productos naturales y sostenibles representan las principales tendencias

BOG-PXD001-COSMASPERIND-08-01

Detalladas a continuación
Aplicabilidad a

	Tendencia	Cosméticos	Aseo	Absorbentes
 Consumidores	1 La generación de <i>Baby boomers</i> está llegando a los 60 y la gente está viviendo más tiempo	✓		✓
	2 Los segmentos son cada vez más importantes, especialmente hombres, y están dispuestos a pagar un margen por productos creados para ellos	✓		✓
	3 El mercado de la base de la pirámide es cada vez más relevante para compañías locales y multinacionales	✓	✓	✓
 Preferencias	4 Enfoque en ingredientes y empaques que no dañen el medio ambiente	✓	✓	
	5 Énfasis en un look natural con ingredientes orgánicos	✓		
	6 Importancia de productos que reduzcan el tiempo de limpieza		✓	✓
	7 Mayores ingresos disponibles en mercados emergentes	✓	✓	✓

FUENTE: Análisis equipo de trabajo; Práctica de consumo masivo de McKinsey 51

Fuente: Desarrollando Sectores de Clase Mundial en Colombia (Ministerio Comercio Industria y Turismo)

Es así como se las tendencias actuales en el desarrollo de productos Cosméticos y Artículos de Aseo constituyen innovaciones de gran impacto, como las siguientes (Parra, 2013):

- *“Nanotecnología: Los Nanomateriales han producido una revolución para la industria cosmética y han sido incorporados rápidamente a una gran variedad de formulaciones.*
- *Productos naturales: Existe un creciente interés y preferencia de los consumidores por el uso de productos orgánicos con ingredientes naturales.*
- *Belleza desde adentro: La nutrición al servicio de la belleza, se trata de productos similares a los alimentos funcionales, que contienen nutrientes, que nutren a las células de los tejidos, y ejercen una acción cosmética beneficiosa que mejorará el aspecto físico.*
- *Cosmecéuticos: Los cosmecéuticos son un tipo específico de cosméticos que contienen principios activos con efectos farmacológicos pero con una clara finalidad protectora o estética.*
- *Empaques verdes: Temas como la sostenibilidad y el impacto ambiental han sido tratados por los productores en el diseño de sus empaques, en el que no sólo juega el aspecto funcional de un producto sino también el valor percibido del producto.*
- *Cosmética Masculina: Los productos de belleza ya no están pensados sólo para que los utilicen las mujeres, cada vez más hombres se ocupan de cuidarse, cada vez están más cómodos al comprar productos y servicios para mejorar su apariencia personal.*

- *Blogs y Redes Sociales: Un número creciente de consumidores se reúnen en línea de forma activa y se comunican en los foros de Internet, blogs, redes sociales y diversos tipos de contenido y plataformas”.*

3. Estrategias implementadas:

El sector de clase mundial emergente conocido como Cosméticos y Artículos de Aseo en Colombia, presenta una estructura empresarial muy amplia y diversa, si se tiene en cuenta la variedad de productos, así como, el número y tamaño de las empresas que lo componen.

En este sentido, el desarrollo competitivo del sector se ha ido forjando mediante la implementación de estrategias de asociatividad, atracción de inversión extranjera, búsqueda de nuevos mercados y el fomento de la innovación, que resulte en mayor especialización y diferenciación de los productos. (Procolombia, 2015)

A partir de estudios sobre este sector, se puede evidenciar que Colombia representa para los empresarios del sector de Cosméticos y Artículos de Aseo una gran oportunidad como lugar para el establecimiento de sus empresas, el cual cuenta con una economía pujante y estable que creció 7,5% en 2007, 2,5% en 2008 y 0,1% en 2009 a pesar de la crisis

internacional, un gobierno comprometido con el sector privado y un sector fuerte con claros espacios para ser aprovechados por los inversionistas extranjeros (Turismo, 2009).

Por lo tanto, el Modelo de desarrollo en Colombia ha sido la Política de Transformación Productiva aprobada por el Departamento Nacional de Planeación (CONPES 3678), con el fin de aumentar el crecimiento económico, la tasa de empleo y las exportaciones por medio de sectores altamente competitivos, con este modelo se busca la transformación y modernización de la productividad para que las ganancias aumenten y a su vez sean potenciales en los Tratados de Libre Comercio (Turismo, 2009).

En el sector Cosmético y Artículos de Aseo se debe tener en cuenta (Turismo, 2009):

- *“Modificación del sistema de control y vigilancia del sector por parte del INVIMA en lo concerniente a controles previos y revisión de documentos, vigilancia y control en el mercado.*
- *Expansión de la vigencia de los certificados de venta libre de productos del sector de 1 a 10 años.*
- *Realización de la primera Rueda de Innovación de Ingredientes Naturales para la Industria”.*

Por consiguiente el Gobierno de Colombia y el sector Privado se unieron en el año 2007 para desarrollar una política nacional de competitividad a largo plazo, el objetivo de esta política es articular una agenda de colaboración entre el Sector Público y el Sector Privado y construir las instituciones necesarias para cumplir las iniciativas del ejercicio; como resultado, se definió una visión para Colombia para un país de ingresos medios en 2032, facilitando la creación del Sistema Nacional de Competitividad SNC, se creó el Consejo Privado de Competitividad CNC, y se re-estructuró el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo MCIT (Turismo, 2009).

Acorde a lo anterior y frente a la política de transformación productiva que implanta el Gobierno para la Visión Colombia 2032 (Imagen 2), donde se determinaron tres estrategias para aumentar la competitividad en el país: soportadas por la tecnología, ciencia e innovación por la eliminación de barreras para la competencia y el crecimiento de la inversión, estas son:

- *“Desarrollar Sectores de Clase Mundial*
- *Aumentar la Productividad y el Empleo*
- *Formalizar la Fuerza Laboral”*

El Objetivo del estudio es crear una agenda estratégica para desarrollar los sectores de clase mundial, elaborando un plan para mejorar la competitividad de cada sector, diseñando iniciativas que permitan un incremento de las exportaciones y la formalización e inversión de cada uno de los sectores. El plan se fundamenta en la colaboración de las empresas del sector y el Gobierno (Turismo, 2009).

Otra iniciativa que comprende el Programa de Transformación Productiva (PTP), en el sector, se denomina Proyecto Piloto de Mercadeo el cual acompaña a nueve empresas seleccionadas en el proceso de planeación y formulación de estrategias de mercadeo que permitan responder a las necesidades específicas de cada empresa para obtener como resultado el fortalecimiento de las marcas en el mercado y afianzar el conocimiento que se tiene frente al consumidor o usuario final. (Productiva, 2015)

Según indica el Programa de Transformación Productiva (PTP) (Imagen 2) (Productiva, 2015): *“Estas empresas se comprometieron a aportar cada una el 7% del valor del proyecto por empresa incluido IVA, es decir hasta \$1.844.086. Por su parte, el PTP asumió el 93% restante del valor del proyecto por empresa, es decir, hasta 24 millones 500 mil pesos incluido IVA”*.

Imagen 2: Desarrollo del Proyecto Piloto de Mercadeo

El desarrollo del Proyecto Piloto de Mercadeo se divide en cuatro fases, así:



Fuente: Plan Piloto de Mercadeo (Programa de Transformación Productiva)

La Certificación en Buenas Prácticas Manufactureras hace parte de otra estrategia por parte del PTP, la cual logró la certificación de 169 trabajadores en BPM (Buenas Prácticas Manufactureras) con el apoyo del SENA para el fortalecimiento del capital humano. El objetivo primordial fue capacitar el talento humano debido a que en cuatro años será obligatorio contar con dicha certificación (Imagen 3) (Productiva, 2015).

Imagen 3: Normas para la Certificación BPM

6 normas para certificación en Buenas Prácticas de Manufactura que se crearon junto con el SENA.



Fuente: Plan Piloto de Mercadeo (Programa de Transformación Productiva)

4. Casos de éxito:

En la aplicación del Proyecto Piloto de Mercadeo, 9 empresas de todo el país del sector de Cosméticos y Aseo (Tabla 1) (Productiva, 2015):

Tabla 1: Casos de Éxito Empresas del Sector Cosméticos y Aseo

Ciudad	Empresas
Bogotá	<ol style="list-style-type: none">1. Skin Master S.A. (Especializado en Dermatología y Dermocosmética)2. Cosméticos y Productos Naturales CPN (Especializado en Dermocosmética)3. Laboratorios M&N (Especializado en Cosmética y Dermocosmética)4. Innovative Cosmetics (Especializado en Cosmética aprovechando la flora colombiana)
Medellín	<ol style="list-style-type: none">1. Laboratorio María Salomé (Especializado en productos capilares)2. Samara Cosmetics (Especializado en productos capilares y faciales)
Cali	<ol style="list-style-type: none">1. Afroline Cosmetic International (Especializado en Cosmética para población Afrodescendiente)2. Yemail & Daphne (Especializado en cosméticos y perfumería)3. Laboratorio Avantis (Especializado en productos de belleza y productos capilares)

Fuente: Plan Piloto de Mercadeo (Programa de Transformación Productiva)

El equipo de trabajo a cargo del proyecto es la empresa Strategika LTDA la cual presta consultoría y asesoría para el desarrollo e implementación de soluciones enfocadas al talento humano. Los resultados del plan piloto arrojaron (Productiva, 2015):

- *“Fortalecimiento de las competencias en la gestión de mercadeo de 18 profesionales.*
- *Realización de 3 programas de formación con una dedicación de 198.2 hr (22 hr por cada empresa)*
- *Transferencia de conocimiento y de herramientas mediante sesiones de trabajo presenciales”*

Fuentes Bibliográficas:

- Ministerio de Comercio, I. y. (30 de Julio de 2015). *Programa de Transformación Productiva*.
Obtenido de Programa de Transformación Productiva:
<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?conID=1249&catID=737>
- Parra, M. S. (2013). *El Proceso de Desarrollo de Nuevos Productos en el Sector Cosmético Colombiano: Perfiles de Innovación*. Bogotá D.C .
- Planeación, D. N. (02 de Agosto de 2012). *Evaluación de Resultados del Programa de Transformación Productiva*. Bogotá D.C.
- ProColombia. (2014). *Inversión En El Sector Cosméticos y Productos De Aseo En Colombia*.
Obtenido de Inversión En El Sector Cosméticos y Productos De Aseo En Colombia:
<http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/cosmeticos-y-productos-de-aseo.html>
- Procolombia. (2015). *Sectores Para Invertir*. Obtenido de Sectores Para Invertir:
<http://www.proexport.com.co/invierta/sectores-para-invertir>
- Productiva, P. d. (2015). *Proyecto Piloto de Mercadeo* . Obtenido de Proyecto Piloto de Mercadeo : <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?conID=776&catID=737>
- Turismo, M. d. (2009). *Desarrollando Sectores de Clase Mundial en Colombia* . Bogotá D.C : McKinsey & Company.
- Turismo, M. d. (2010). *Una Alianza Público - Privada En Marcha Para Desarrollar Sectores de Clase Mundial*. Bogotá D.C.