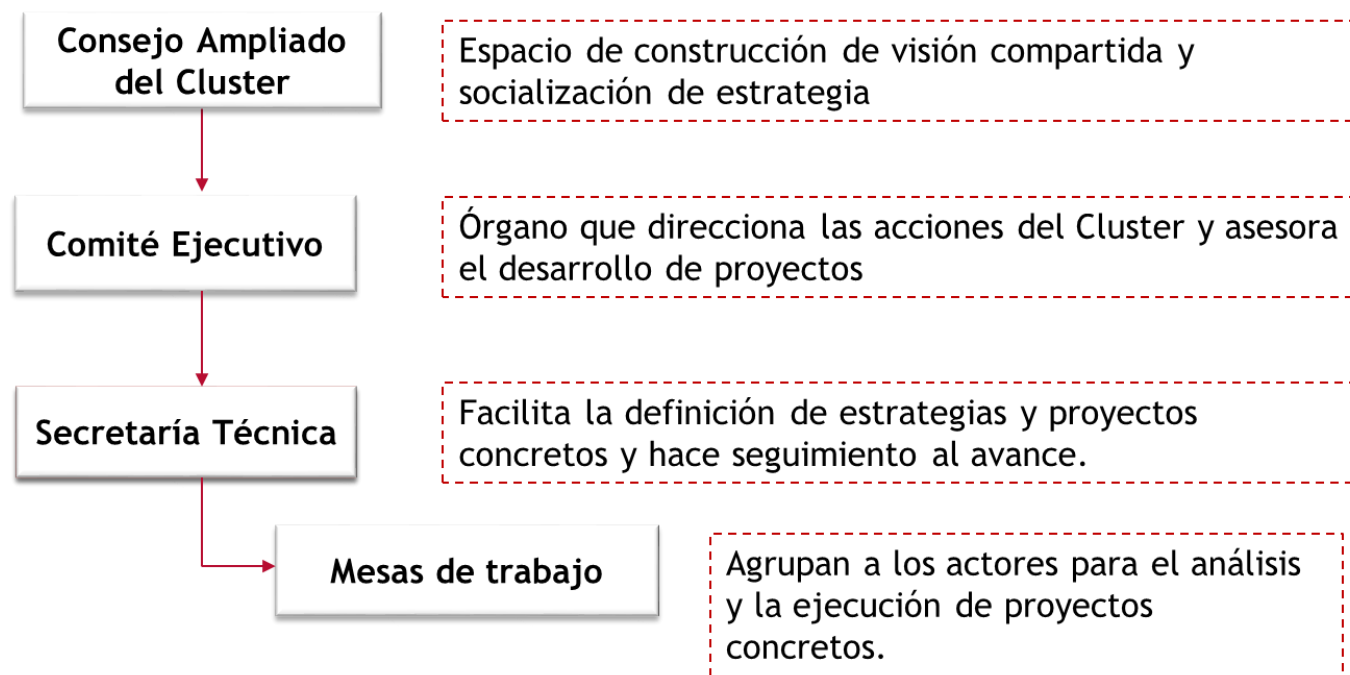


Iniciativa de Cluster de Cosméticos

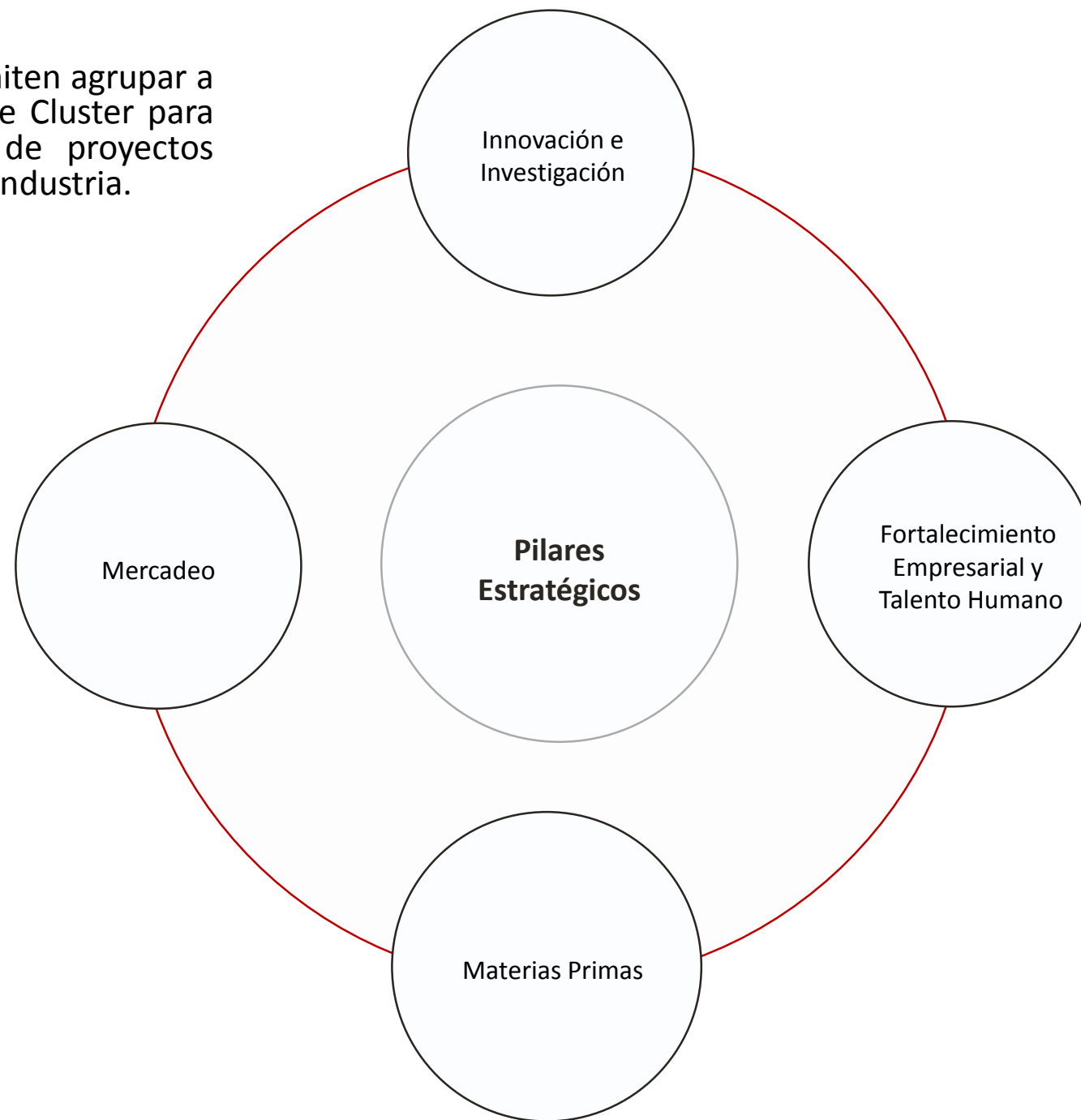
Propuesta de Valor

La Iniciativa de Cluster de Cosméticos trabaja por ser líder en producción y comercialización de cosméticos hechos con base en ingredientes naturales, caracterizándose por estar a la vanguardia en procesos de producción, diseño e innovación.

Así trabaja la Iniciativa de Cluster de Cosméticos



Los **Pilares Estratégicos** permiten agrupar a los actores de la Iniciativa de Cluster para el análisis y la ejecución de proyectos concretos en beneficio de la industria.



Diamante de Competitividad

Es un modelo estratégico de Michael Porter, profesor de la Universidad de Harvard, que facilita el análisis y entendimiento de la posición comparativa de una industria.

Los componentes o determinantes de la ventaja competitiva que conforman el diamante son:

- Condiciones de los factores
- Condiciones de la demanda
- Industrias relacionadas y de soporte
- Estrategia de firma y rivalidad

Bajo esta metodología se analizan las características del sector para determinar las ventajas y desventajas competitivas. Luego de esto se priorizan los temas a intervenir desde la Iniciativa de Cluster, para mejorar la competitividad de la industria.

Ventajas

- Biodiversidad con potencial cosmético en la región.
- Clima favorable para la estabilidad de los productos.
- Mayor concentración de oferta educativa en el país.
- Mano de obra hábil

Desventajas

- Débil estado de la infraestructura de transporte a los puertos y sitios de embarque.
- Mano de obra escasa.
- No hay formación especializada en áreas críticas como administración, mercadeo y líneas de producción
- Falta de centros de investigación y desarrollo en cosméticos y biotecnología

Condiciones de los factores

Industrias relacionadas y de soporte

Ventajas

- Agremiaciones fuertes, bien organizadas y coordinadas con el Gobierno.
- Gran variedad de instituciones de apoyo.
- Presencia de proveedores locales en la mayoría de los eslabones de la cadena.
- Mayor concentración de actores del sector, tanto empresas productoras como entidades de apoyo y centros de investigación

Desventajas

- No hay producción local de materias primas.
- Pocos proveedores de envases y empaques.
- Falta de centros de investigación y desarrollo en cosmética y biotecnología
- Falta oferta para ensayos especializados.
- Canales de comercialización proponen sus propias normas.
- Poca disponibilidad de materias primas naturales.

Ventajas

- Reconocimiento internacional de ciertas marcas de la región.
- Inversiones en producción limpia.
- Tecnificación progresiva de procesos de producción.
- Fuerte rivalidad doméstica.
- Estándares de producción altos.

Estrategia de firma y rivalidad

Condiciones de la demanda

Ventajas

- Consumo creciente en Bogotá, especialmente en nuevas categorías.
- Mayor disponibilidad de los canales de distribución y comercialización que en el resto del país.
- Bogotá/región tiene el 60% del consumo nacional.
- Población con mayor poder adquisitivo y sofisticación.
- La norma social y el protocolo de Bogotá favorecen el consumo.

Desventajas

- Concentración de exportación en pocas empresas.
- Empresas de familia con estrategias poco sofisticadas en mercadeo y ventas.
- Estrategia genérica de bajo costo.
- Baja incorporación de diseño original dentro de la producción.
- Débil desarrollo de marcas.
- Desconocimiento de los segmentos del mercado.
- Falta de colaboración empresarial.
- Pocas empresas certificadas en calidad y medio ambiente.
- Normatividad de uso del suelo para producción de acuerdo al POT.
- Falta de control de falsificaciones y contrabando.
- No hay claridad en la regulación para el acceso al recurso genético.
- Falta de apoyo financiero para el sector.

Desventajas

- Mercado local prefiere productos de bajo costo.
- Los consumidores sofisticados no tienen referencia de las marcas locales.
- La mayoría de empresas colombianas llegan solamente al segmento popular.
- No hay estrategia de identificación de marcas locales bogotanas.
- Baja exigencia de certificaciones en calidad y medio ambiente.