

Evaluación y reformulación estratégica del Plan de Negocios del sector de Cosméticos y Aseo

Entregable 3 – Reformulación del Plan de Negocios

“Avanzando juntos hacia una misma visión”



Bogotá, 27 de mayo de 2016

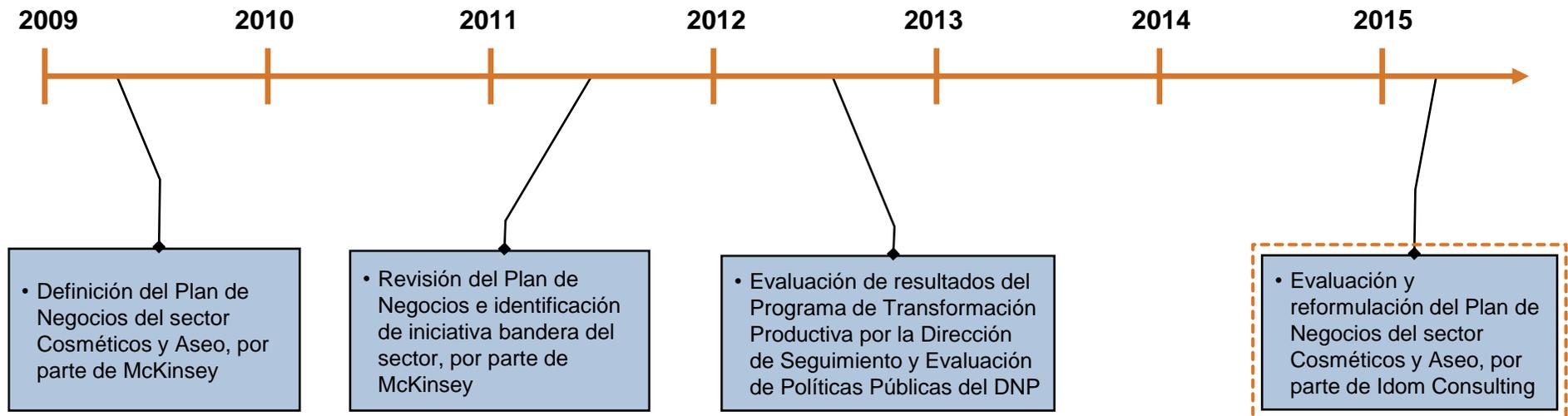


Contenido

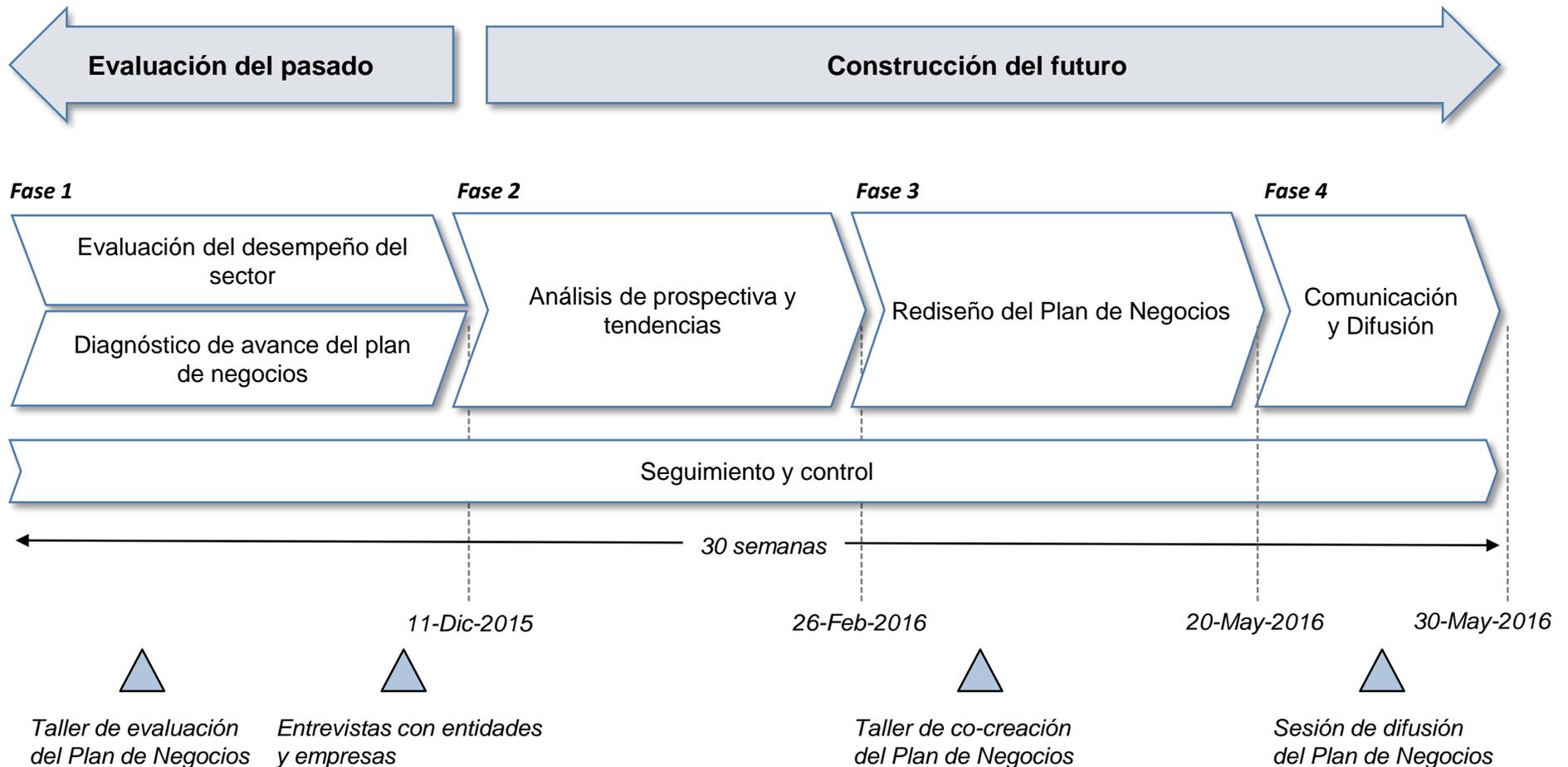
	Pág.
A. Estado de avance del proyecto y metodología	03
B. Reformulación del Plan de Negocios	08
I. Misión, visión y objetivos	08
II. Líneas de acción	33
III. Plan de acción	36
C. Anexos	179

Idom está trabajando en la evaluación y reformulación del Plan de Negocios del sector de cosméticos, aseo y absorbentes definido en 2009; el cual estableció:

En el 2032 Colombia será reconocida 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



La metodología está compuesta por 4 fases continuas además de una transversal de seguimiento y control, las cuales tendrán una duración total de 30 semanas de trabajo



Se trabajó de la mano de las empresas y entidades del sector y se estudiaron los entregables de las fases anteriores, con el fin de reformular y evaluar iniciativas de trabajo

	Propuesta de iniciativas de referencia	Evaluación de iniciativas	Reformulación del Plan de Negocios	Validación de información
Descripción	Estudiar la información recopilada en las fases anteriores del proyecto, con el objeto de identificar nuevas líneas de acción y eliminar o reformular iniciativas propuestas en el Plan de Negocios del 2009	Evaluar la pertinencia y contenido de las iniciativas propuestas, con actores de la industria y representantes de entidades relacionadas con el sector	Generar el Plan de Acción y los indicadores de Seguimiento y Monitoreo para cada iniciativa	Contrastar las iniciativas propuestas en el plan de acción con las entidades responsables de liderar la ejecución de cada una de ellas y, con base a esto, adecuar la versión final de la reformulación del Plan de Negocios
Metodología	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la información consignada en los entregables 1.1, 1.2 y 2 • Identificación de líneas de trabajo críticas para el sector • Validación y complemento de información con el PTP y la ANDI 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de mesas sectoriales • Entrevistas presenciales con empresas del sector • Revisión de información secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de mesas sectoriales para validar la reformulación de visión, objetivos y líneas del Plan • Entrevistas presenciales con empresas del sector • Revisión de información secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Validación con el PTP y la ANDI • Entrevistas presenciales con actores involucrados en la ejecución de iniciativas
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de iniciativas potenciales • Información de soporte y justificación para dichas iniciativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de iniciativas definitivas • Valoración de cada iniciativa para posterior priorización 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha con responsables, tiempos y actividades para la ejecución de cada iniciativa • Indicadores de seguimiento y control 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Negocios reformulado para el sector

Para desarrollar la reformulación del Plan de Negocios, se llevaron a cabo mesas sectoriales en las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá, a través de las cuales la industria y entidades relacionadas con el sector, evaluaron las iniciativas propuestas

Detalle



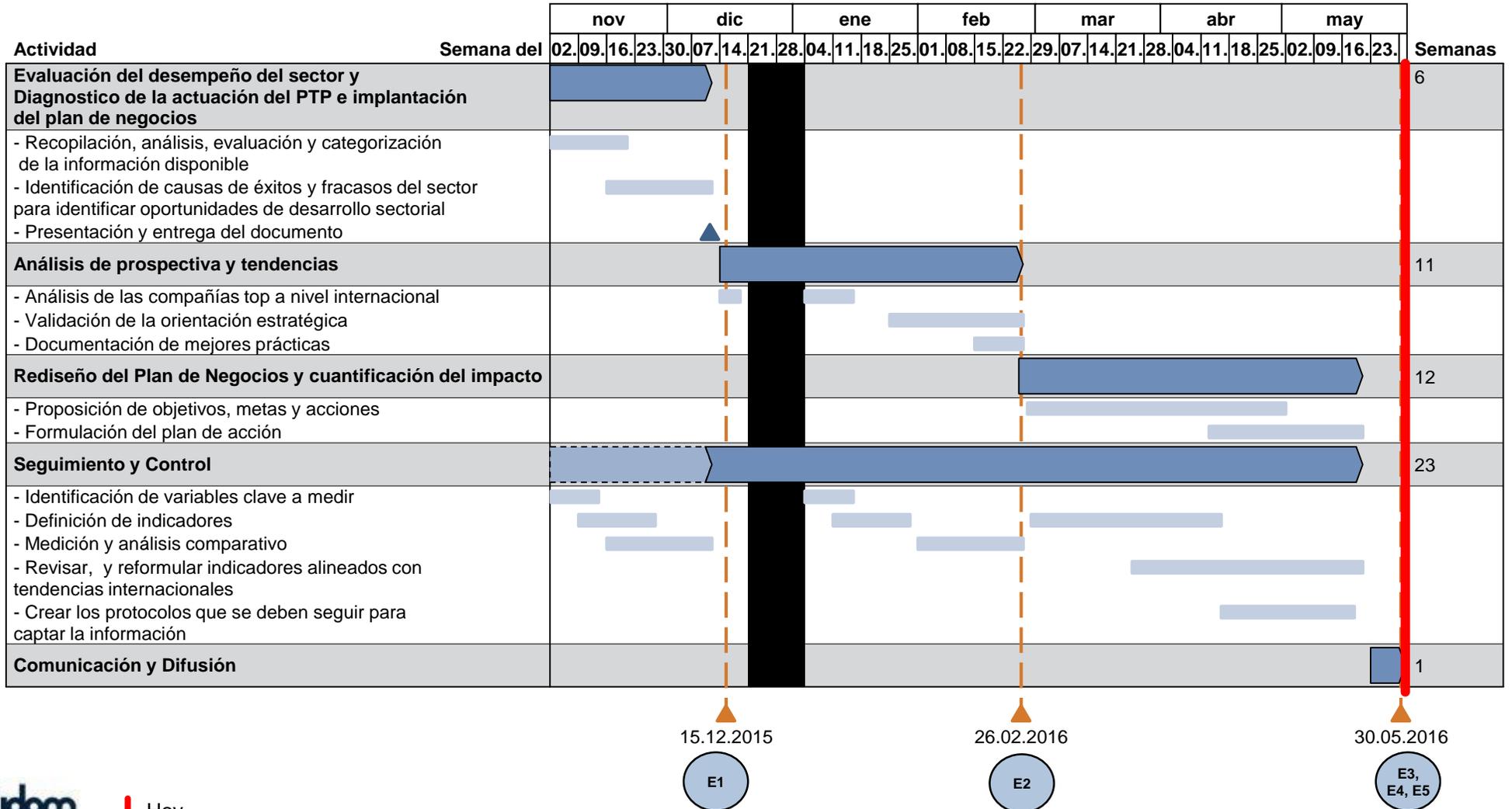
• *Objetivo*

Definir y priorizar las iniciativas que se establecerán en el Plan de Negocios teniendo en cuenta actores involucrados, actividades requeridas para ejecutar la iniciativa, urgencia, dificultad de implantación e impacto de cada una de ellas

Mesa	Entidades	Empresas	Número total de participantes ¹
Cali	7	3	12
Medellín	4	11	21
Bogotá	11	13	59



El cronograma del proyecto ha sido ajustado para finalizar el 30 de mayo de 2016



Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

I. Misión, visión y objetivos

i. Sector

ii. Subsector cosméticos

iii. Subsector aseo

iv. Subsector absorbentes

II. Líneas de acción

III. Plan de acción

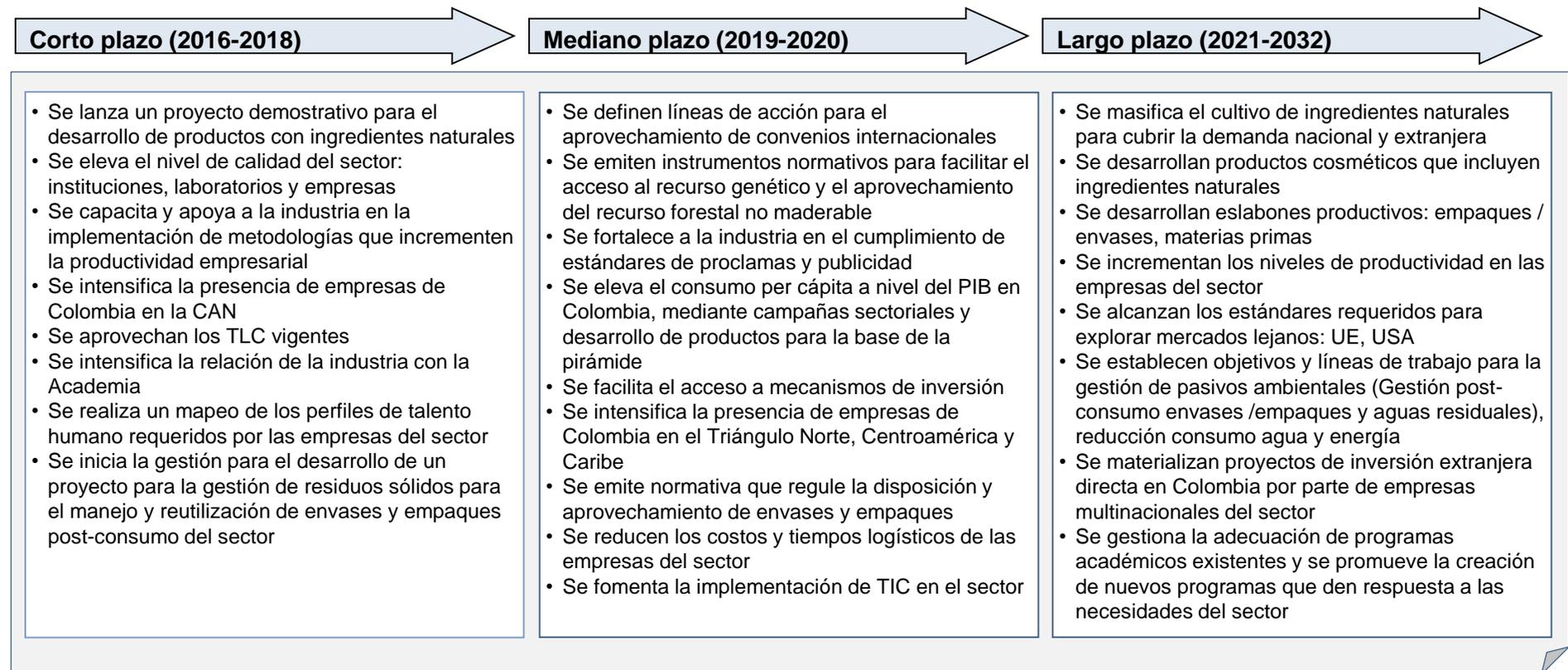
C. Anexos



MISIÓN DEL SECTOR

“En el 2032 Colombia será reconocida como un líder en el continente americano en **producción y exportación** de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de **alta calidad** con base en **ingredientes naturales**”

Hitos clave de la Misión del sector



VISIÓN DEL SECTOR

“En el 2032 Colombia **duplicará el volumen de las ventas y exportaciones** de productos del sector, **incrementará la tasa de productividad** en un 35%, **el empleo** en un 20% y el **consumo per cápita** en 70% ”

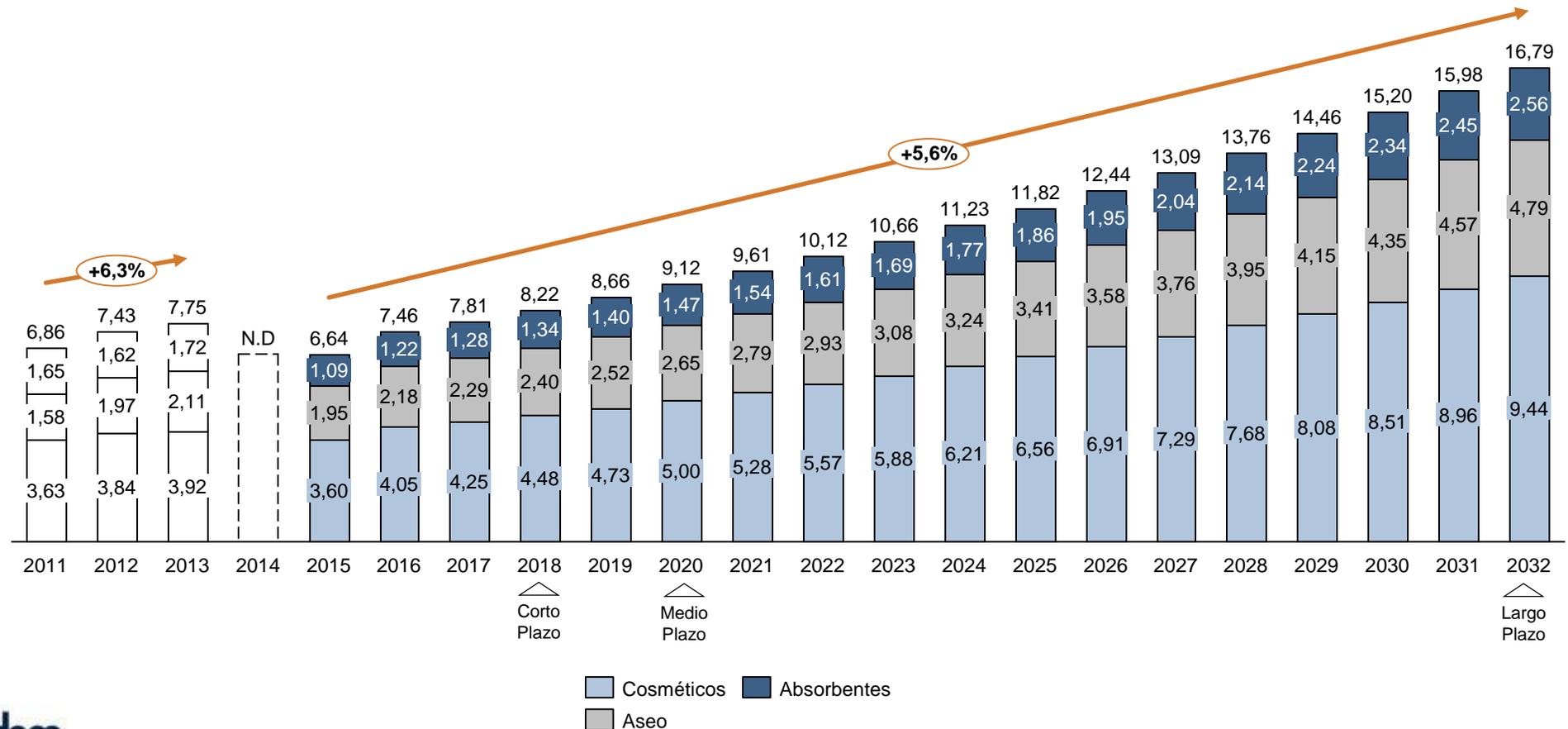
Hitos clave de la Visión del sector



Indicador	Valor	Valor	Valor	TACC (2015 a 2032)
 Ventas (COP\$ billones)	8,22	9,12	16,79	5,6%
 Exportaciones (USD\$ miles de millones)	0,81	0,92	1,80	5,3%
 Empleo (miles)	25,8	26,5	31,2	1,2%
 Productividad (USD\$ millones / empleado)	0,26	0,27	0,33	1,9%
 Consumo per cápita (COP\$ miles)	164	172	292	4,5%

Las ventas totales del sector en Colombia, alcanzarán un total de 8,22 billones de COP a 2018, 9,12 billones de COP a 2020 y 16,79 billones de COP a 2032
 La tasa de crecimiento anual compuesto será del 5,6%

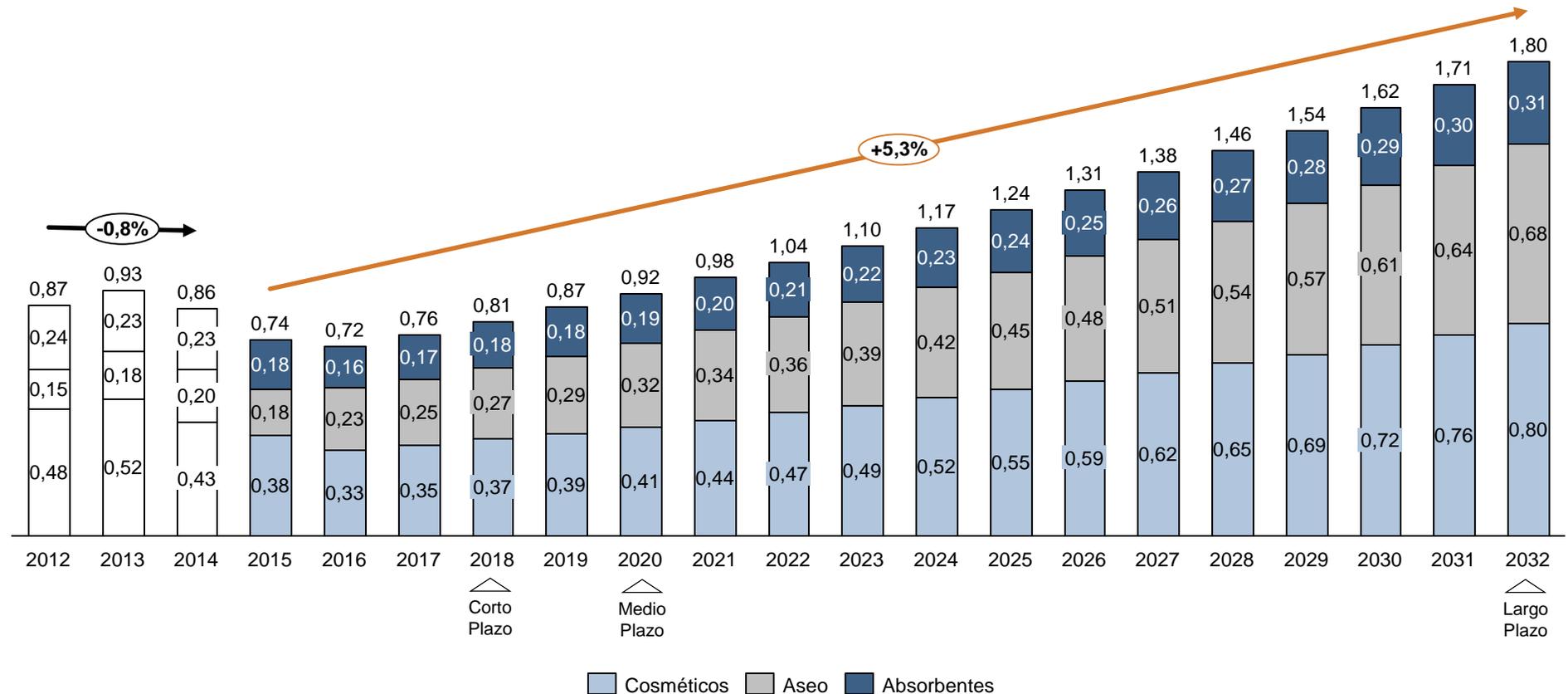
Evolución prevista de ventas
 (2011 a 2032; COP\$ billones, Tasa anual de crecimiento compuesto)



Las exportaciones totales del sector en Colombia, alcanzarán un total de 0,81 miles de millones de USD a 2018, 0,92 miles de millones de USD a 2020 y 1,80 miles de millones de USD a 2032. La tasa de crecimiento anual compuesto será del 5,3%

Evolución prevista de exportaciones

(2012 a 2015; USD\$ miles de millones, Tasa anual de crecimiento compuesto)

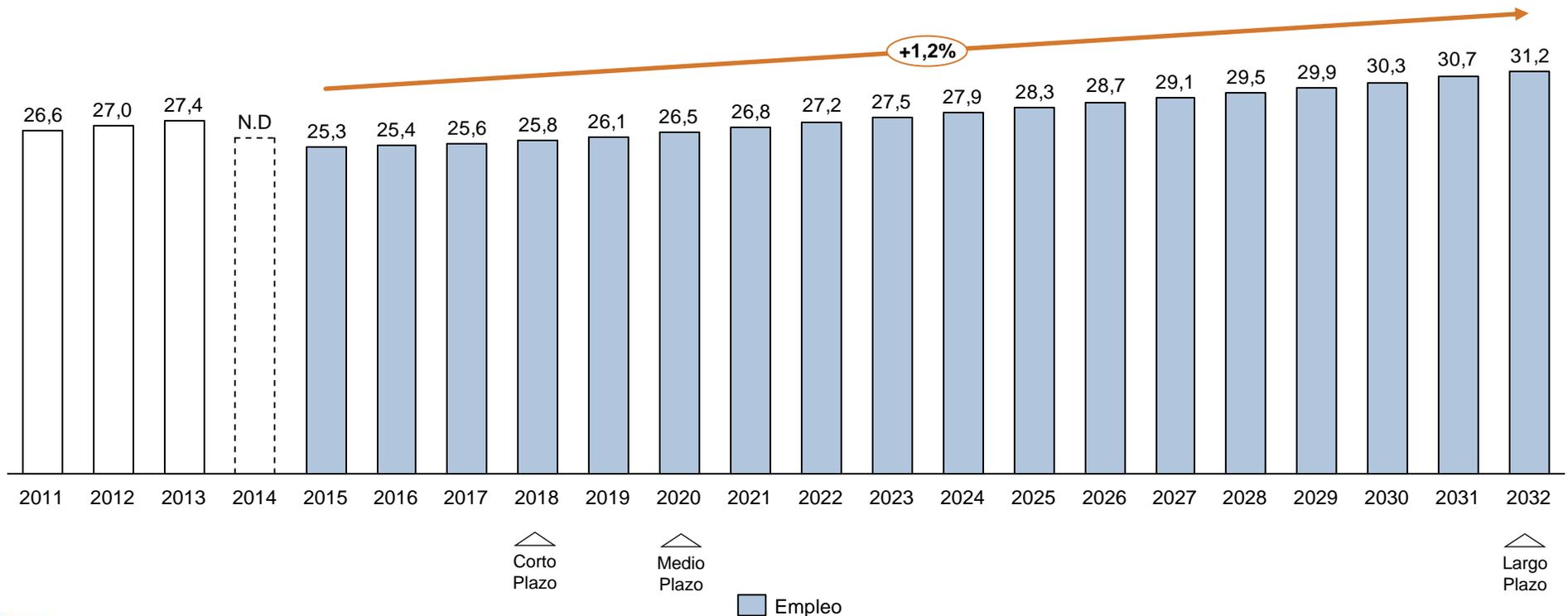




El empleo del sector alcanzará los 25,8 mil a 2018, 26,5 mil a 2020 y 31,2 mil a 2032, con base a un incremento del 1,2% respecto a la tasa de productividad actual¹
La tasa de crecimiento anual compuesto será del 1,2%

Evolución prevista de empleo

(2011 a 2032; miles de empleos; Tasa anual de crecimiento compuesto)

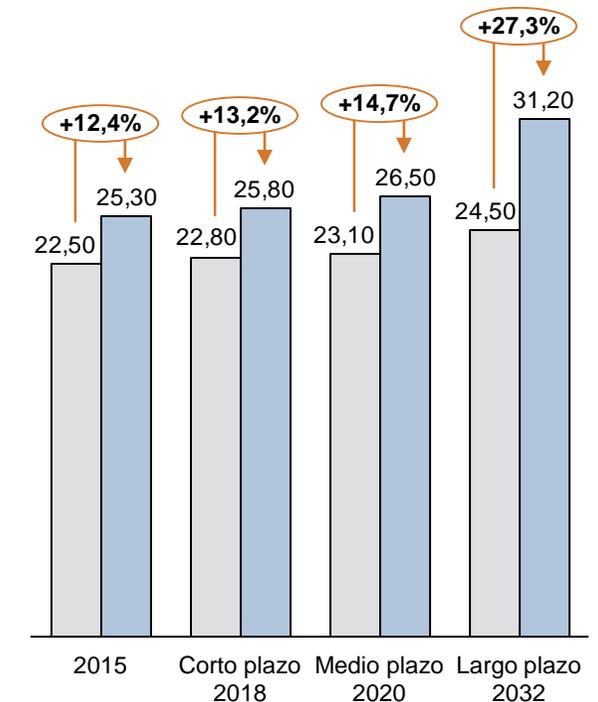
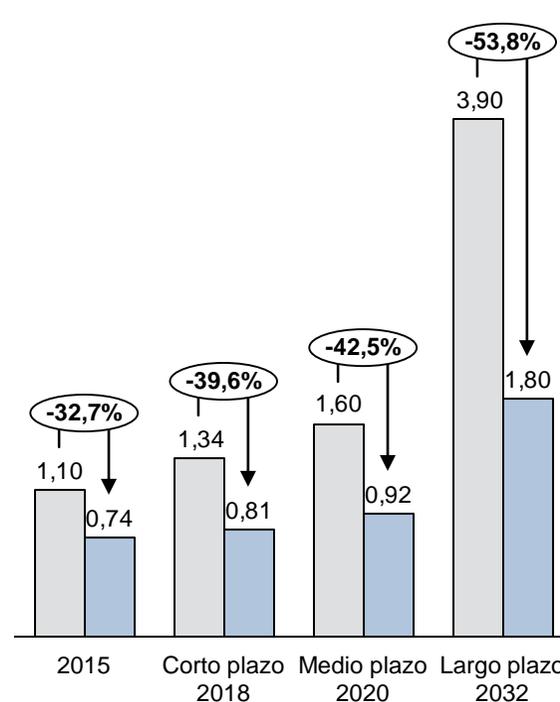
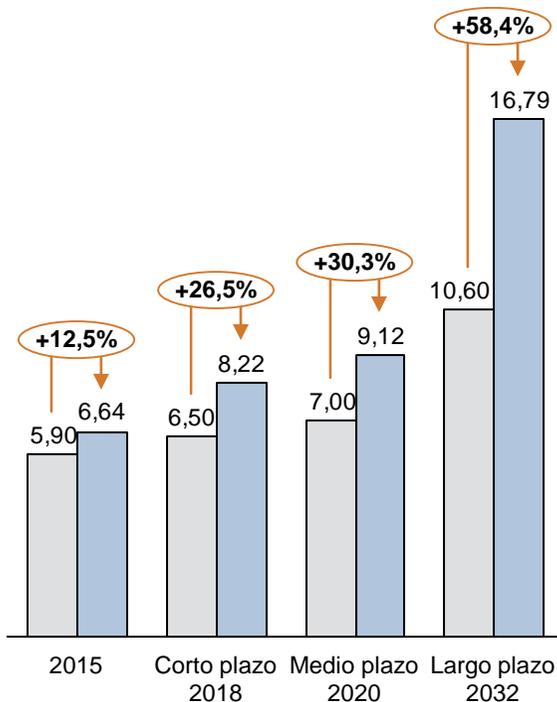


Con respecto al Plan de Negocios realizado en 2009, las cifras de previsiones de las ventas y del empleo del presente estudio, son superiores
Las exportaciones previstas son menores a las establecidas con anterioridad

Ventas
(COP\$ billones)

Exportaciones
(USD\$ miles de millones)

Empleo
(miles)



Plan 2009 Estudio actual

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

I. Misión, visión y objetivos

i. Sector

ii. Subsector cosméticos

iii. Subsector aseo

iv. Subsector absorbentes

II. Líneas de actuación

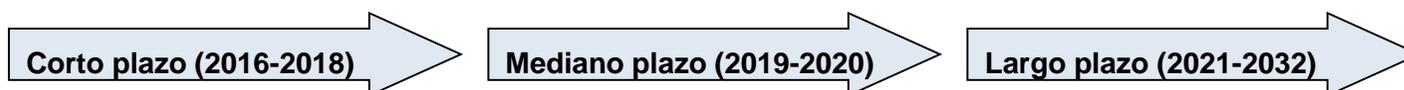
III. Plan de acción

C. Anexos



En el subsector cosméticos, se plantea alcanzar 9,4 billones de COP en ventas, 803 millones de USD en exportaciones y 164,4 miles de COP en consumo per cápita a 2032

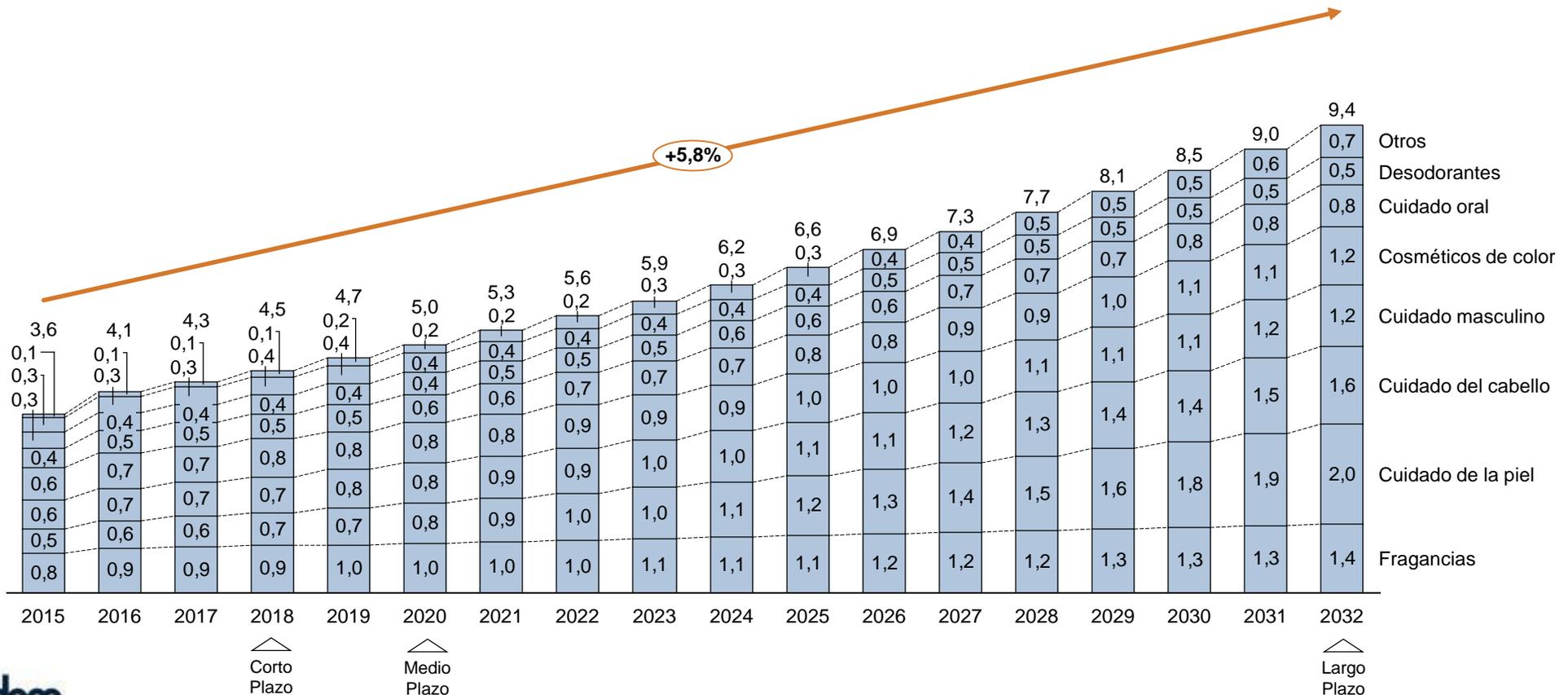
Resumen de los objetivos del subsector cosméticos



Indicador	Valor	Valor	Valor	TACC (2015 a 2032)
Ventas (COP\$ billones)	4,5	5,0	9,4	5,8%
Exportaciones (USD\$ miles de millones)	367	414	803	5,8%
Consumo per cápita (COP\$ miles)	89,9	98,2	164,4	4,7%

Las ventas del subsector cosméticos alcanzarán los 4,5; 5,0 y 9,4 billones de COP en el corto, medio y largo plazo respectivamente, con una tasa de crecimiento del 5,8%
 Las categorías de productos con mayor participación en las ventas serán fragancias, cuidado de la piel, cuidado del cabello y cuidado masculino

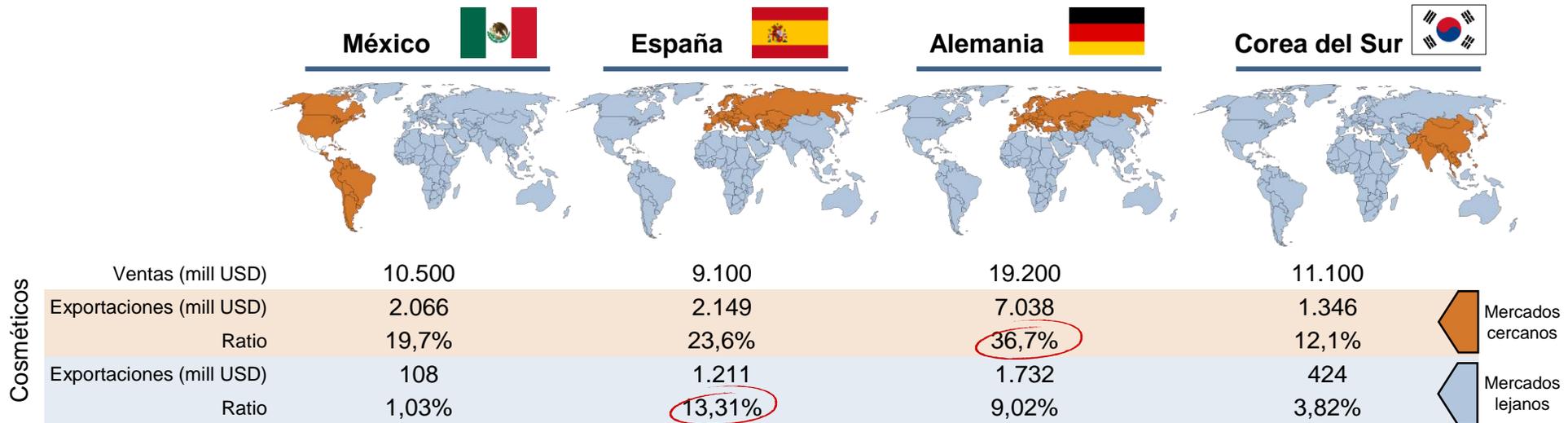
Ventas del subsector cosméticos
 (COP\$ billones, Tasa anual de crecimiento compuesto)





Para la previsión de las exportaciones del subsector cosméticos, se calculó el ratio exportaciones / ventas, para los países de referencia analizados. Se tuvo en cuenta la relación para mercados cercanos (dentro del mismo continente) y mercados lejanos (resto del mundo)

Relación ventas / exportaciones para países de referencia a 2014

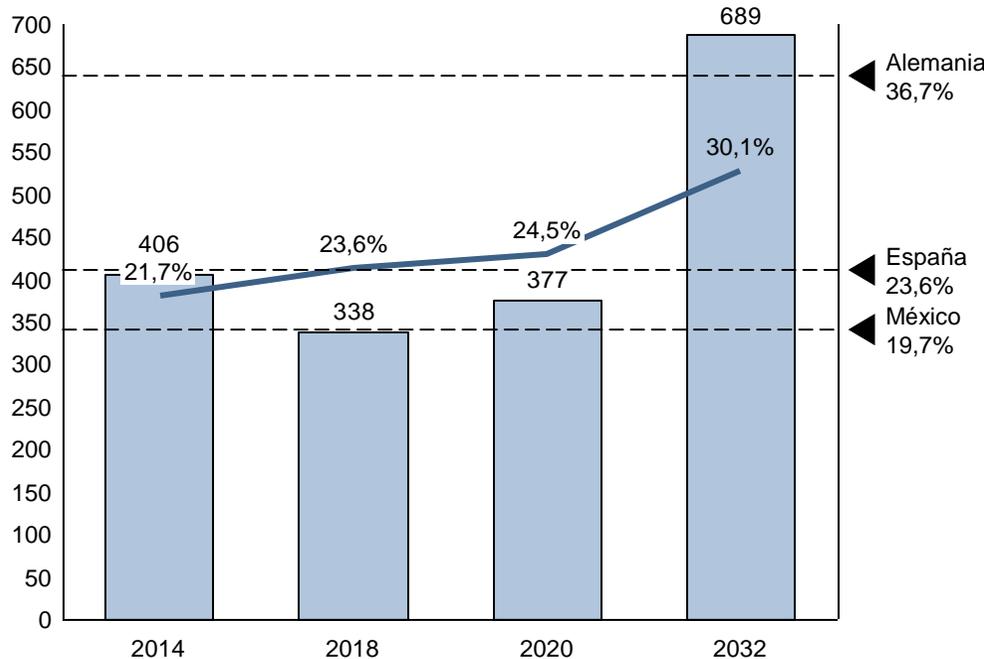


Cosméticos	Ventas (mill USD)	1.870	
	Exportaciones (mill USD)	406	 Mercados cercanos
	Ratio	21,7%	
	Exportaciones (mill USD)	21	 Mercados lejanos
	Ratio	1,02%	

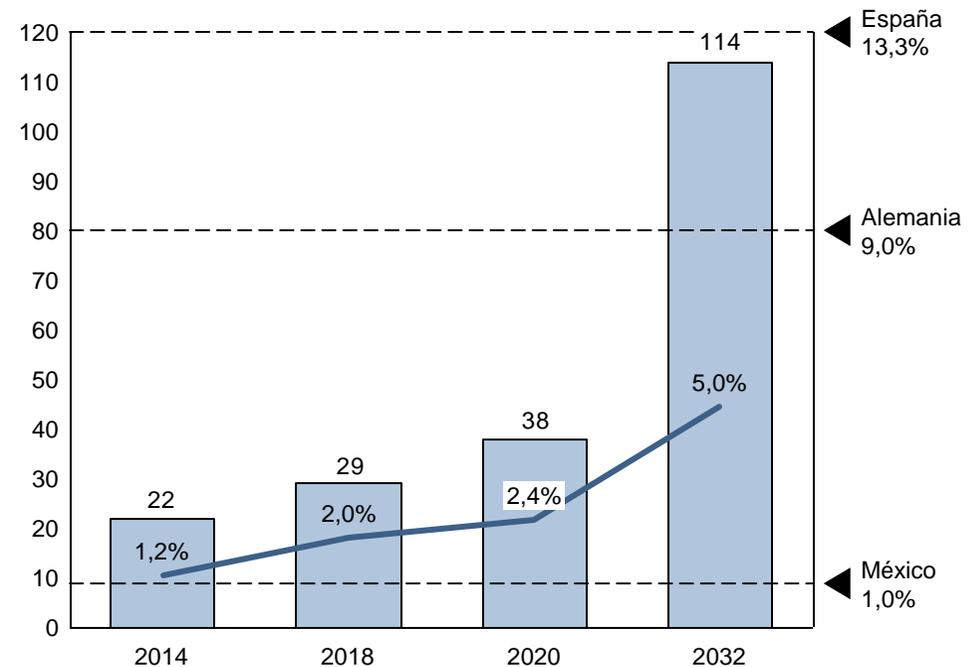


Teniendo en cuenta el ratio de exportación para mercados lejanos y cercanos, se plantea alcanzar el 30,1% a mercados cercanos y el 5,0% a mercados lejanos, considerando los niveles actuales de España y Alemania

Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados cercanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)



Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados lejanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)

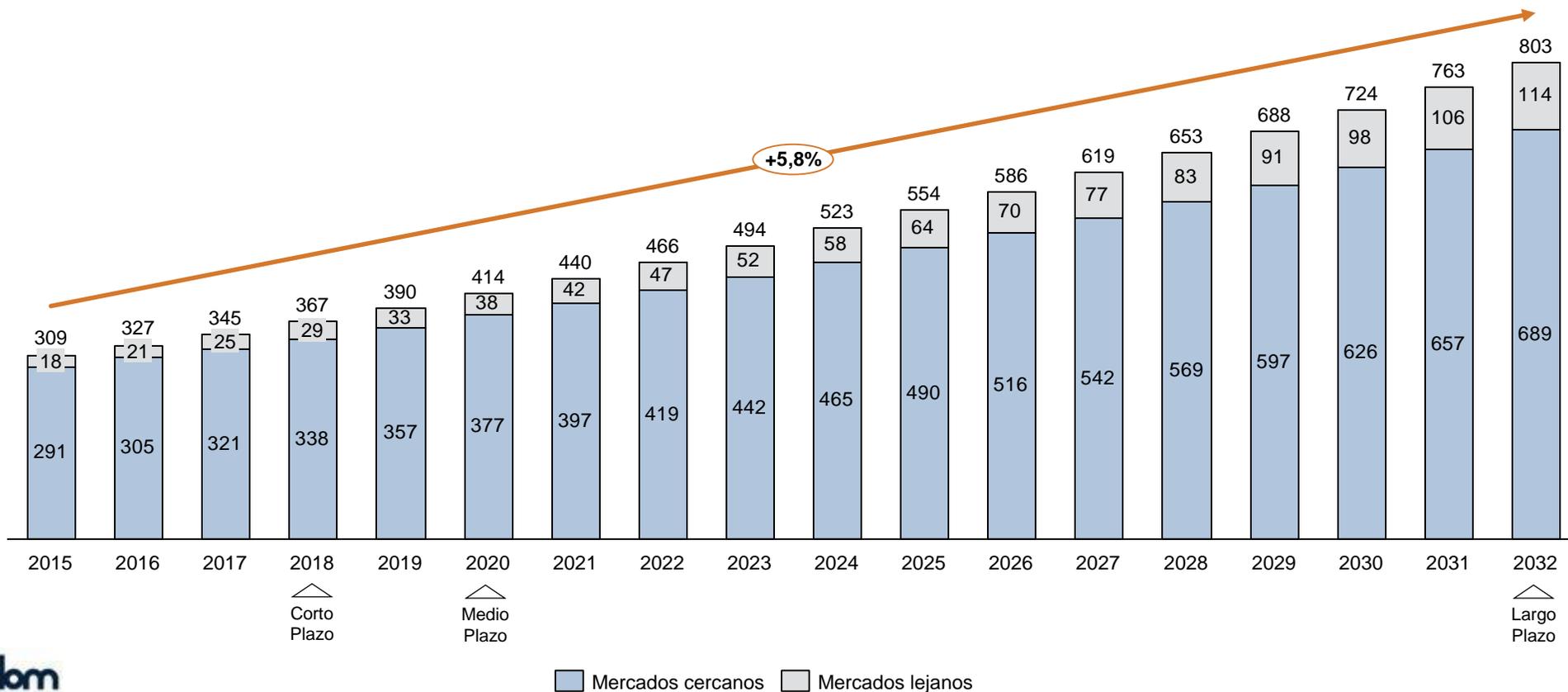


— Relación Exportación / Ventas de Colombia
 ■ Exportación Requerida por Colombia (USD\$ millones)

Así pues, se proponen metas de exportación para el subsector cosméticos, de 367, 414 y 803 millones de USD a corto, mediano y largo plazo

La tasa anual de crecimiento compuesto se establece en 5,8%

Proyección de exportaciones totales del subsector cosméticos
(USD\$ miles de millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

I. Misión, visión y objetivos

- i. Sector
- ii. Subsector cosméticos
- iii. Subsector aseo
- iv. Subsector absorbentes

II. Líneas de actuación

III. Plan de acción

C. Anexos



En el subsector aseo, se plantea alcanzar 4,8 billones de COP en ventas, 683 millones de USD en exportaciones y 83,5 miles de COP en consumo per cápita

Resumen de los objetivos del subsector aseo



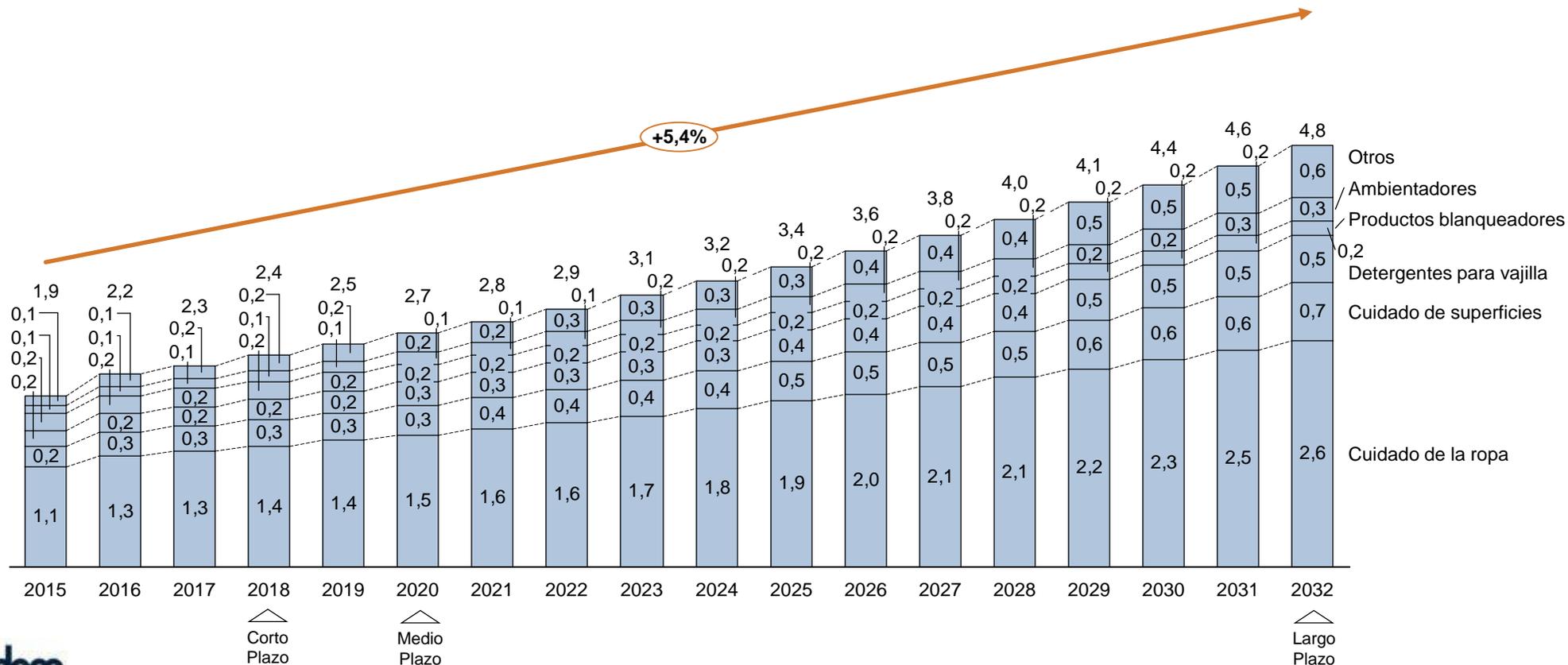
Indicador	Valor	Valor	Valor	TACC (2015 a 2032)
 Ventas (COP\$ billones)	2,4	2,7	4,8	5,4%
 Exportaciones (USD\$ miles de millones)	0,28	0,32	0,68	7,0%
 Consumo per cápita (COP\$ miles)	48,2	50,1	83,5	4,4%



Las ventas del subsector aseo alcanzarán los 2,4; 2,7 y 4,8 billones de COP en el corto, medio y largo plazo respectivamente, con una tasa de crecimiento del 5,4%

Las categorías de productos con mayor participación en las ventas serán cuidado de la ropa, cuidado de superficies y detergentes para vajilla

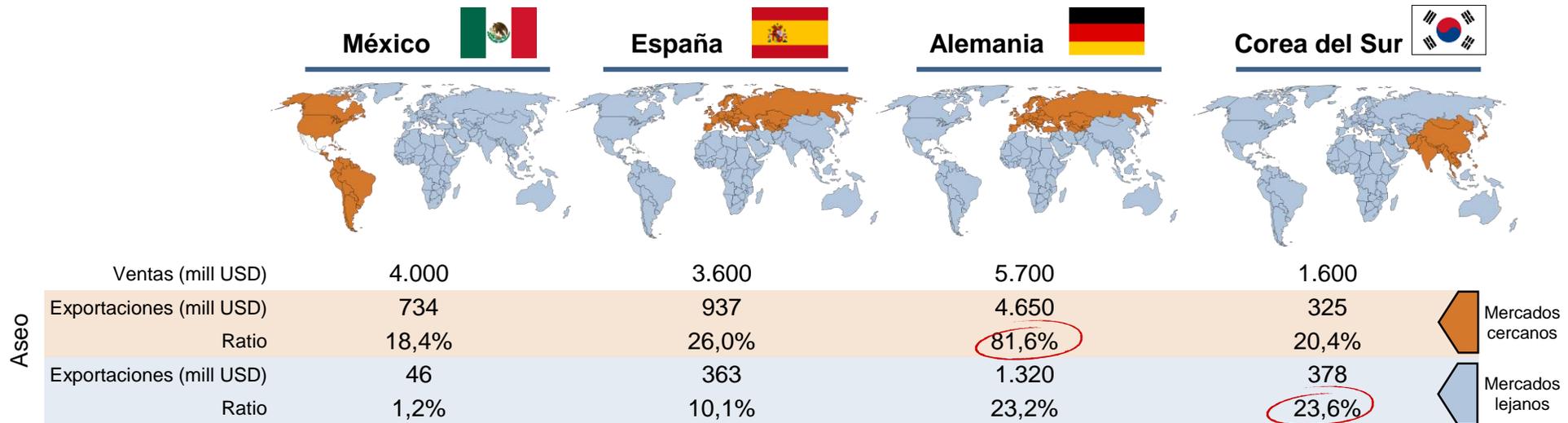
Ventas del subsector aseo
(COP\$ billones, Tasa anual de crecimiento compuesto)





Para la previsión de las exportaciones del subsector aseo, se calculó el ratio exportaciones / ventas para los países de referencia analizados. Se tuvo en cuenta la relación para mercados cercanos (dentro del mismo continente) y mercados lejanos (resto del mundo)

Relación ventas / exportaciones para países de referencia a 2014

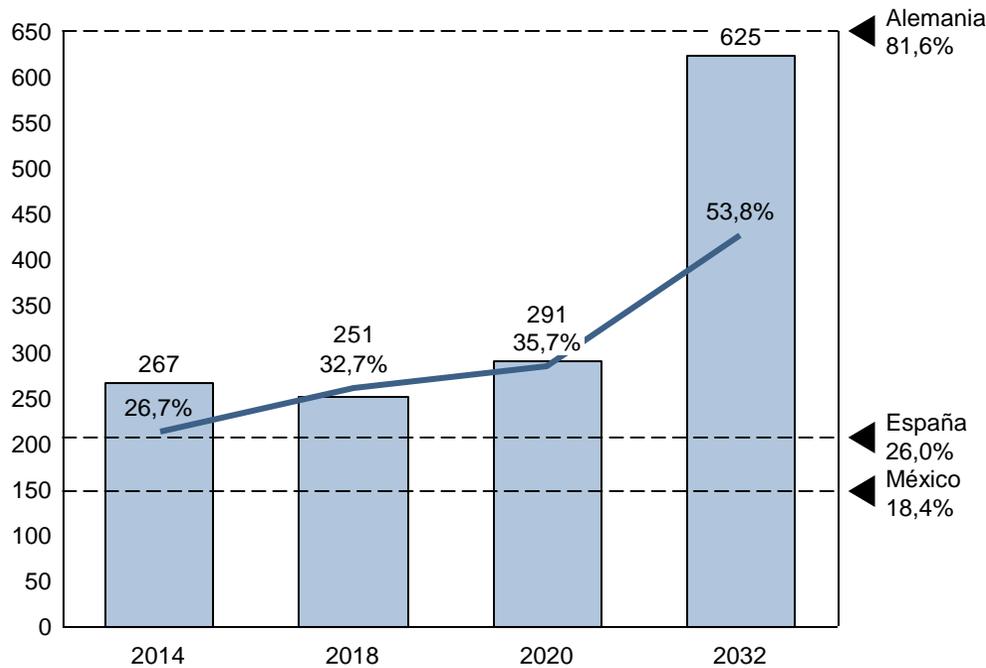


	Ventas (mill USD)	709
Aseo	Exportaciones (mill USD)	189
	Ratio	26,7%
	Exportaciones (mill USD)	14
	Ratio	1,9%

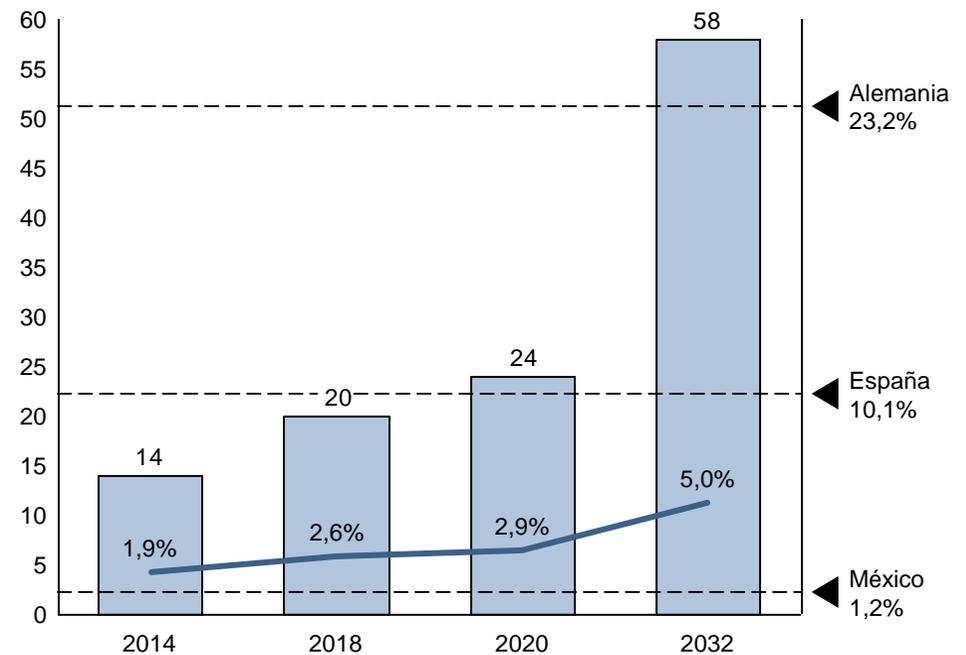


Teniendo en cuenta el ratio de exportación para mercados lejanos y cercanos, se plantea alcanzar el 53,8% a mercados cercanos y el 5,0% a mercados lejanos, considerando los niveles actuales de Alemania

Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados cercanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)



Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados lejanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)



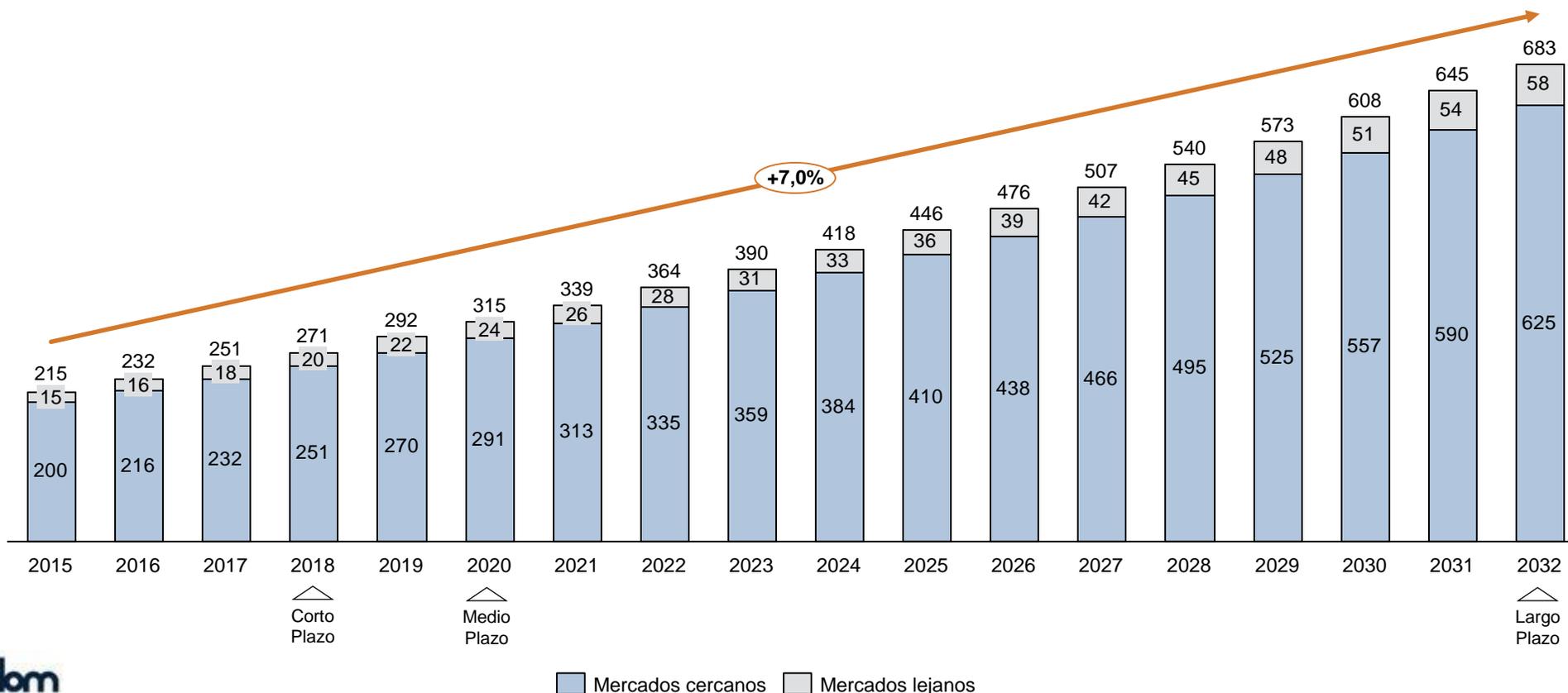
— Relación Exportación / Ventas de Colombia
■ Exportación Requerida por Colombia (USD\$ millones)



Se proponen metas de exportación para el subsector aseo, de 271, 315 y 683 millones de USD a corto, mediano y largo plazo

La tasa anual de crecimiento compuesto se establece en 7,0%

Proyección de exportaciones totales del subsector aseo
(USD\$ miles de millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

I. Misión, visión y objetivos

- i. Sector
- ii. Subsector cosméticos
- iii. Subsector aseo
- iv. Subsector absorbentes

II. Líneas de actuación

III. Plan de acción

C. Anexos



En el subsector absorbentes, se plantea alcanzar 2,6 billones de COP en ventas, 312 millones de USD en exportaciones y 44,6 miles de COP en consumo per cápita

Resumen de los objetivos del subsector absorbentes

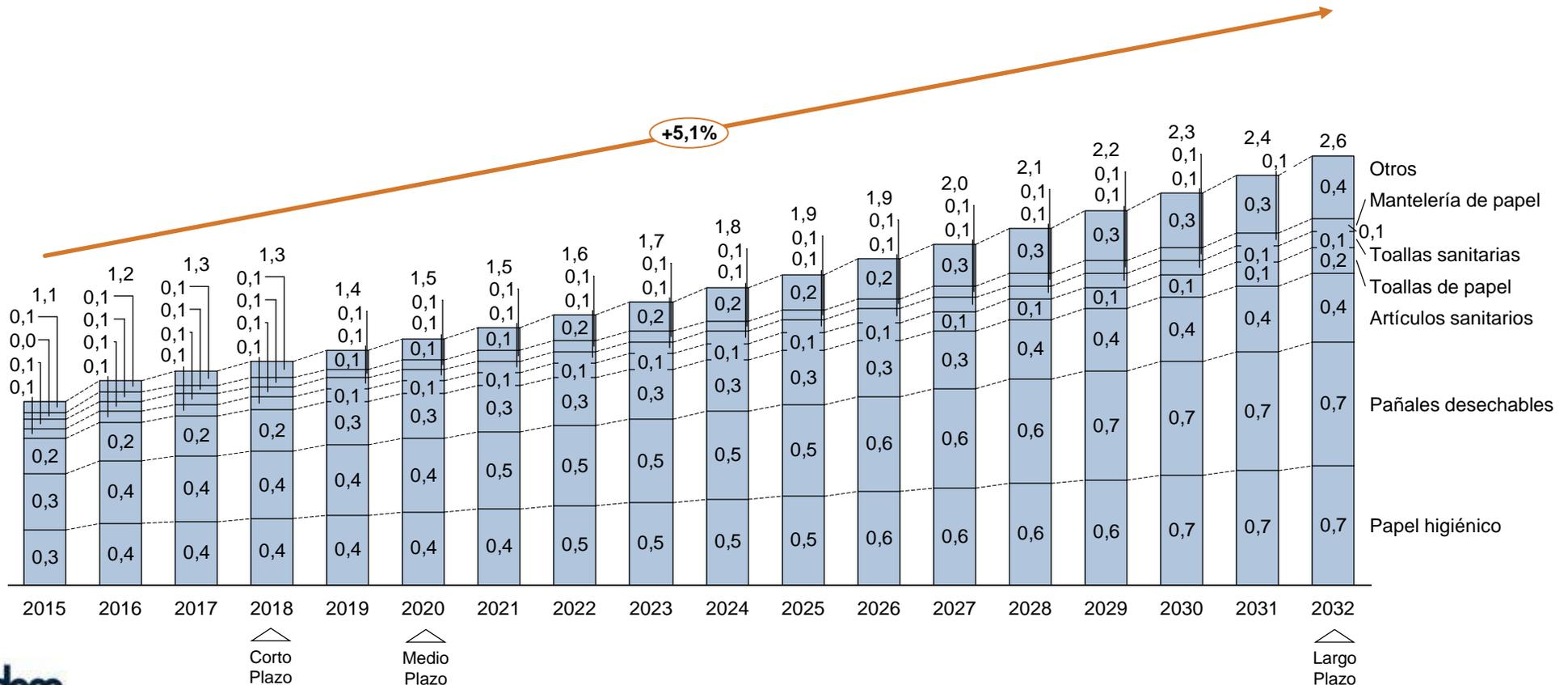


Indicador	Valor	Valor	Valor	TACC (2015 a 2032)
 Ventas (COP\$ billones)	1,3	1,5	2,6	5,1%
 Exportaciones (USD\$ miles de millones)	0,18	0,19	0,31	4,2%
 Consumo per cápita (COP\$ miles)	26,8	28,8	44,6	4,1%



Las ventas del subsector absorbentes alcanzarán los 1,3; 1,5 y 2,6 billones de COP en el corto, medio y largo plazo respectivamente, con una tasa de crecimiento del 5,1%
 Las categorías de productos con mayor participación en las ventas serán papel higiénico, pañales desechables y artículos sanitarios

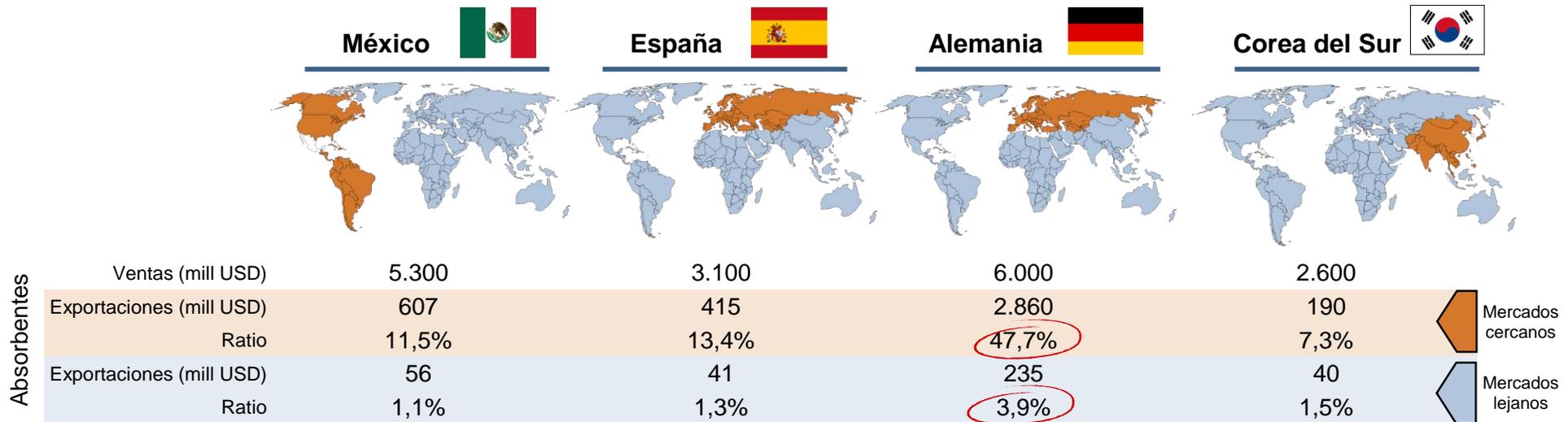
Ventas del subsector absorbentes
 (COP\$ billones, Tasa anual de crecimiento compuesto)





Para la previsión de las exportaciones del subsector absorbentes, se calculó el ratio exportaciones / ventas, para los países de referencia analizados. Se tuvo en cuenta la relación para mercados cercanos (dentro del mismo continente) y mercados lejanos (resto del mundo)

Relación ventas / exportaciones para países de referencia a 2014

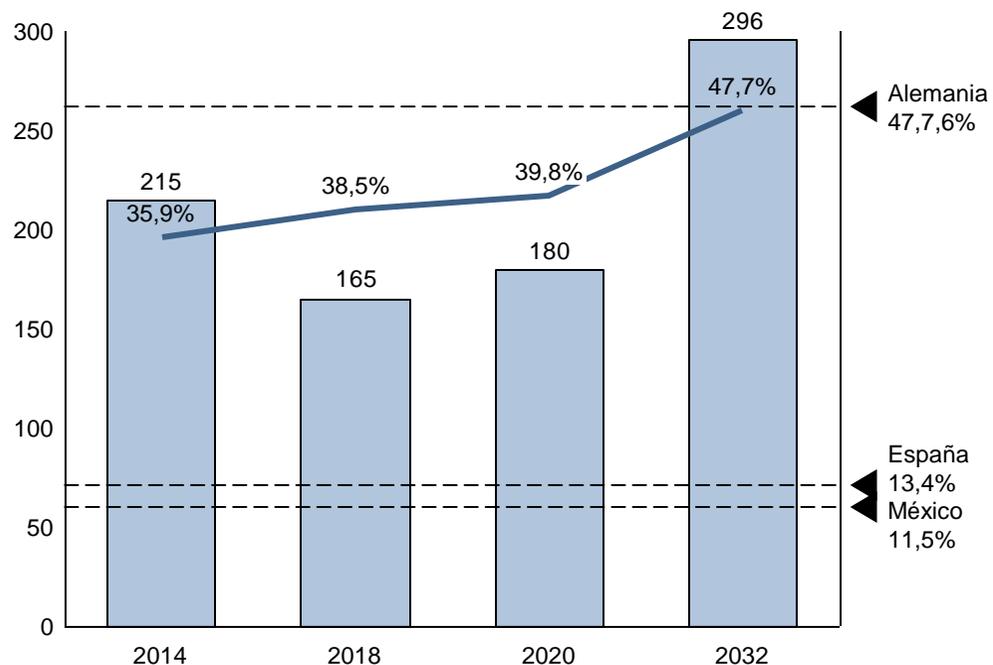


Absorbentes	Ventas (mill USD)	598	
	Exportaciones (mill USD)	1215	
	Ratio	35,9%	
	Exportaciones (mill USD)	15	
	Ratio	2,5%	

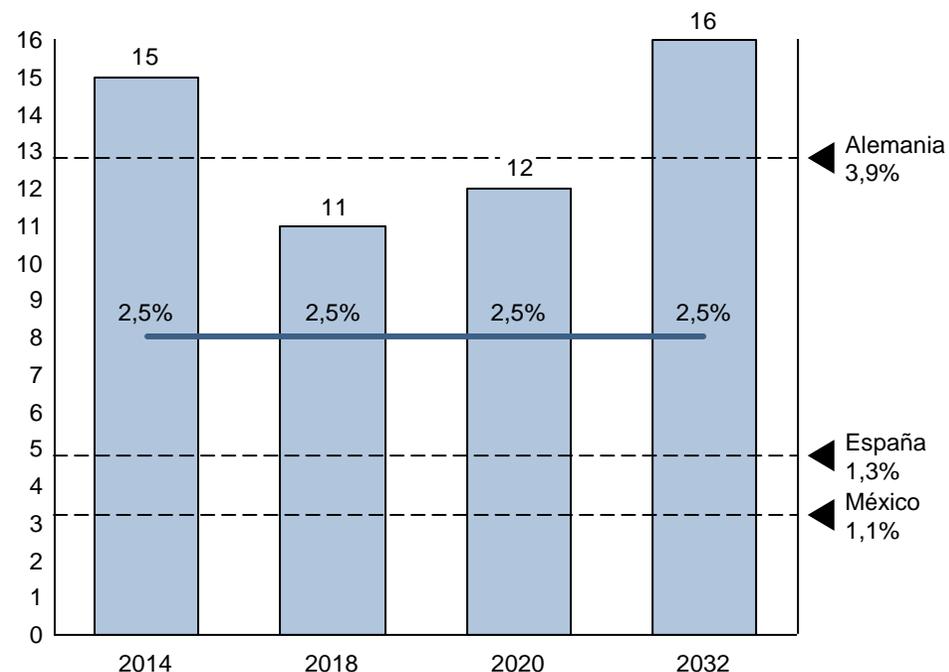


Teniendo en cuenta el ratio de exportación para mercados lejanos y cercanos, se plantea alcanzar el 47,7% a mercados cercanos y continuar en el 2,5% a mercados lejanos, considerando los niveles actuales de Alemania

Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados cercanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)



Proyección relación exportación / ventas Colombia para mercados lejanos
(USD\$ millones; porcentaje, proyección)



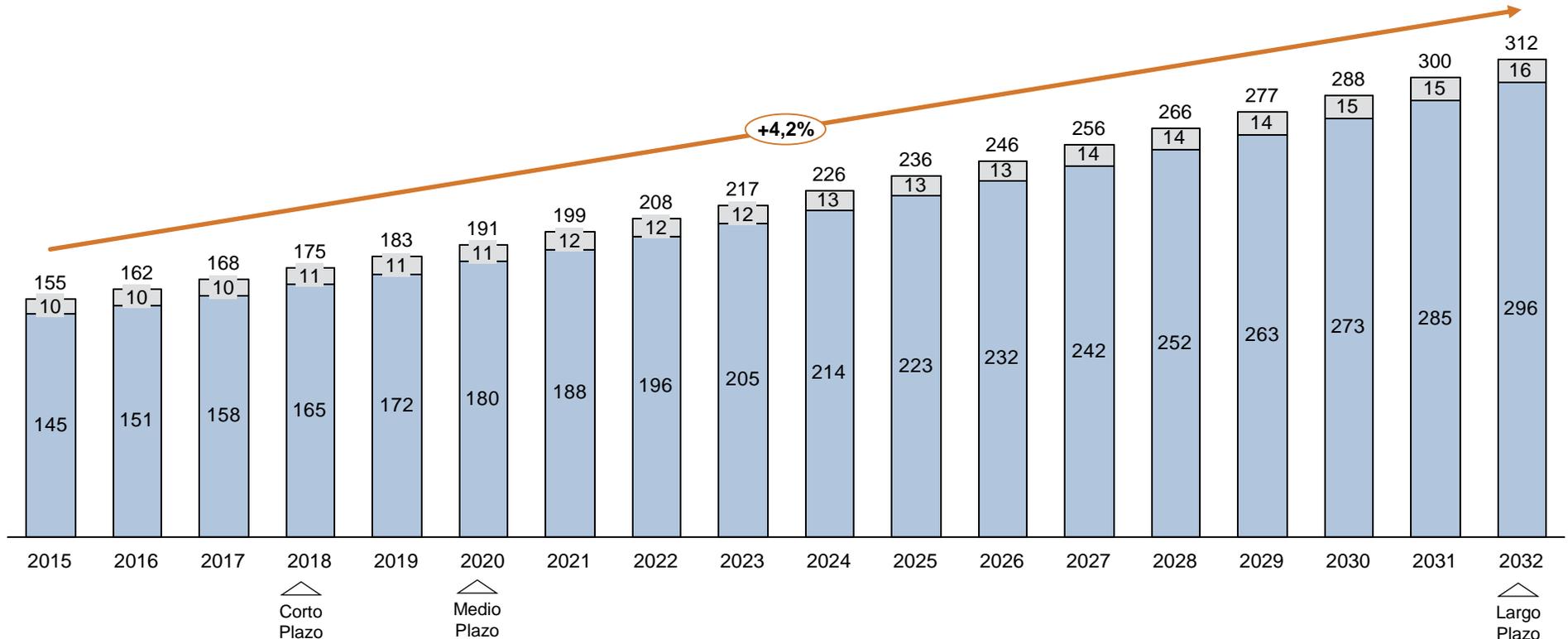
— Relación Exportación / Ventas de Colombia
 ■ Exportación Requerida por Colombia (USD\$ millones)



Se proponen metas de exportación del subsector absorbentes, de 175, 191 y 312 millones de USD a corto, mediano y largo plazo

La tasa anual de crecimiento compuesto se establece en 4,2%

Proyección de portaciones totales del subsector absorbentes
(USD\$ miles de millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



■ Mercados cercanos ■ Mercados lejanos



Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

I. Misión, visión y objetivos

II. Líneas de actuación

III. Plan de acción

C. Anexos

Se identificaron 13 líneas de acción críticas para el sector (1/2)

	Líneas de actuación	Ejes
1	<p>Promover el uso comercial de ingredientes naturales de la biodiversidad colombiana, mediante cultivo, acceso a recurso genético y sus productos derivados o aprovechamiento de recursos forestales no maderables</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducir los tiempos de solicitud para el acceso y aprovechamiento a recursos naturales - Acompañar la realización de proyectos demostrativos, apalancando las capacidades de PYMEs del sector, empresas ancla en Colombia y de centros de investigación de referencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento • Marco Normativo
2	<p>Elevar los estándares de calidad del sector, para facilitar la comercialización de productos en Colombia y en mercados objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> - A nivel institucional: Instituto Nacional de Metrología (IMN), Organismo Nacional de Acreditación (ONAC), INVIMA, - A nivel de evaluadores de la conformidad: Capacitación para la adopción de estándares internacionales de calidad - A nivel de las empresas: Capacitación para la adopción de estándares internacionales de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento
3	<p>Promover la protección al consumidor y regular los sustentos de publicidad de productos del sector</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diferencia de conceptos y requerimientos entre INVIMA y SIC para soporte de proclamas y sustentos de publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco Normativo
4	<p>Incrementar el consumo per cápita de categorías de productos con potencial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar drivers de impulso de consumo de productos del sector, que apalanquen sus propiedades específicas, a través de estrategias publicitarias relacionadas con la salud, la higiene, la moda, la cultura, entre otros y uso de sellos para promover el consumo de productos de la industria nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento
5	<p>Promover encadenamientos para fortalecer los eslabones productivos del sector en Colombia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materia prima de origen natural y química - Envases y empaques 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento
6	<p>Incrementar la productividad de las empresas del sector</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elevar las competencias de las empresas en gestión de la productividad - Facilitar el acceso a fuentes de inversión - Fortalecer las habilidades administrativas transversales - Reducción de consumo y reutilización de recursos escasos (agua y energía) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento • Capital Humano • Infraestructura y sostenibilidad
7	<p>Desarrollar capacidades para la gestión de pasivos ambientales en las empresas, para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento y disposición de envases y empaques post-consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y sostenibilidad • Marco Normativo

Se identificaron 13 líneas de acción críticas para el sector (2/2)

	Líneas de actuación	Ejes
8	<p>Desarrollar estrategias de mejoramiento de la cadena de suministro o abastecimiento de las empresas del sector, buscando:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recudir costos logísticos - Disminuir tiempos de abastecimiento, tanto inbound (insumo de materias primas a las empresas) como outbound (despacho de producto terminado a distribuidores o al cliente) 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y sostenibilidad
9	<p>Incrementar la oferta de programas educativos pertinentes para el sector</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un mapeo ocupacional del sector - Crear o adecuar programas académicos universitarios, técnicos, tecnológicos y de educación continuada - Promover al sector como fuente de empleo e investigación en la academia 	<ul style="list-style-type: none"> • Capital Humano
10	<p>Promover la implantación de infraestructura intangible en las empresas del sector, para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilitar la trazabilidad de las actividades realizadas al interior de la empresa, tanto en áreas administrativas (compras, inventarios) como en áreas productivas - Ampliar los canales de venta y generar reconocimiento de marca, a través de páginas web y actividad en las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y sostenibilidad
11	<p>Fomentar la innovación en las empresas del sector</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elevar las competencias de las empresas en gestión de la innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento
12	<p>Gestionar mecanismos que faciliten el comercio exterior, a través de la reducción de barreras de tipo arancelario y no arancelario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyar la homologación de formatos, procedimientos y definiciones, para simplificar la emisión de registros sanitarios - Propender por la adopción del modelo de sistema de vigilancia en el mercado en países objetivo - Buscar la reducción de aranceles de importación de materias primas - Gestionar el aprovechamiento de los TLCs vigentes y la profundización de las relaciones comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco Normativo
13	<p>Promover la presencia del sector en mercados objetivo y la Inversión Extranjera Directa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyar la presencia de empresas colombianas en ferias, misiones y ruedas de negocio de referencia del sector en los mercados objetivo - Impulsar la Inversión Extranjera Directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

C. Anexos



Las líneas propuestas se despliegan en 21 iniciativas a través de los 4 ejes del PTP y 2 iniciativas adicionales de promoción

Línea de actuación	Capital Humano	Marco Normativo	Fortalecimiento	Infraestructura y sostenibilidad
Desarrollar productos con ingredientes naturales		MN-1, MN-2	FT-1, FT-2	
Elevar los estándares de calidad del sector			FT-4	
Proteger al consumidor y regular sustentos de publicidad		MN-3		
Incrementar el consumo per cápita			FT-5	
Promover encadenamientos productivos			FT-6	
Incrementar la productividad empresarial	CH-3	MN-7	FT-7	IS-2
Gestionar pasivos ambientales		MN-6		IS-1
Mejorar la cadena de suministros de empresas del sector				IS-3
Incrementar la oferta de programas educativos	CH-1, CH-2			
Promover la adopción de infraestructura intangible				IS-4
Fomentar la innovación en el sector			FT-3	
Facilitar el comercio exterior		MN-4, MN-5		

Para cada iniciativa se detalla el objetivo y el cronograma de trabajo...

XX-1

Nombre de la iniciativa

Objetivo

Cronograma de trabajo

Actividad	Año		2016				2017				2018				2019				2020				2021			
	Trimestre		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																		
Nombre de la actividad																										
Sub-actividad 1			→																							
Sub-actividad 2			■	■	■	■	■	■	■	■																
Sub-actividad 3																										

Detalle de ejecución

Calendario de trabajo

... además de los actores involucrados y los indicadores de seguimiento

XX-1

Nombre de la iniciativa

Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
Nombre de la actividad	Actor 1			✓		
	Actor 2	✓	✓			
	Actor 3	✓	✓			
	Actor 4			✓		
	Actor 5	✓	✓			

Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo			
Resultado			
Impacto			

Rol asignado para el desarrollo de la actividad

Indicadores de seguimiento a la ejecución

1. Insumo: Recursos requeridos o aportados
2. Resultado: Logros obtenidos a partir de los insumos aportados
3. Impacto: Incidencia o afectación al sector

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

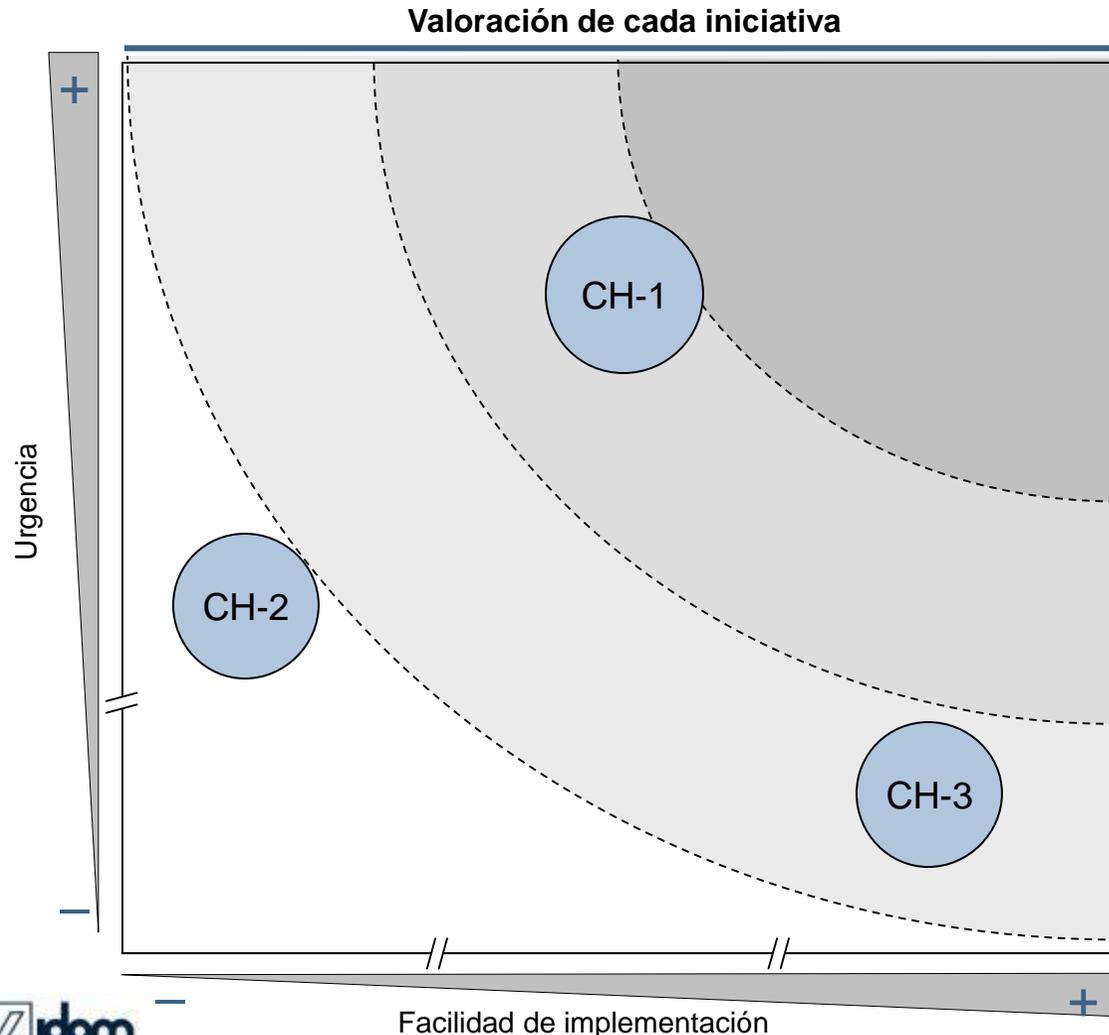
A. Anexos



En el eje de Capital Humano se identificaron 3 iniciativas de trabajo

	Brechas	Línea de actuación	Iniciativas	Subsector
1 Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> Baja articulación entre la demanda de la industria y la oferta de la academia La oferta de programas académicos pertinentes para el sector, a nivel profesional, técnico y tecnológico, es baja 	Incrementar la oferta de programas educativos pertinentes para el sector	CH-1 <ul style="list-style-type: none"> Impulsar la relación de la industria con la academia para promover el sector como fuente de empleo e investigación 	 ✓ ✓ ✓
2 Marco Normativo	<ul style="list-style-type: none"> Los trabajadores del sector son capacitados directamente por las empresas en donde laboran El sector puede mejorar el reconocimiento en la academia como fuente de empleo 		CH-2 <ul style="list-style-type: none"> Gestionar la creación de programas de educación técnica, tecnológica, pregrado, postgrado y cursos de educación continuada, pertinentes para el sector 	✓ ✓ ✓
3 Fortalecimiento	<ul style="list-style-type: none"> Carencia de habilidades gerenciales y administrativas por parte de los directivos de las empresas del sector 	Incrementar la productividad empresarial	CH-3 <ul style="list-style-type: none"> Promover el desarrollo de capacitaciones en competencias transversales para la industria <ul style="list-style-type: none"> - Comercio exterior - Mercadeo - E-commerce - Productividad - Formulación de proyectos - Otros 	✓ ✓ ✓
4 Infraestructura y sostenibilidad				

Las actuaciones con mayor facilidad de implementación para el sector en el eje de Capital Humano, se enfocan en la promoción de capacitaciones en competencias transversales. Sin embargo, la iniciativa de mayor urgencia para el sector, es impulsar la relación de la industria con la academia



- **Promover capacitaciones en competencias transversales en la industria**, es la iniciativa que presenta mayor facilidad de implantación. Esta iniciativa busca fortalecer las habilidades administrativas de la industria, para facilitar el desarrollo de actividades de negociación, exportación, reconocimiento de marca, entre otros (CH-3)
- **Impulsar la relación entre la academia y la industria** para posicionarla como fuente importante de generación de empleo e investigación, es la iniciativa que representa mayor urgencia para el sector. Pretende promover el desarrollo de prácticas universitarias, trabajos de investigación y la publicación de ofertas de empleo requeridas por la Industria (CH-1)

Impacto:

- Alto – Incremento en las ventas o reducción de costos > 10%
- Bajo – Incremento en las ventas o reducción de costos < 5%



Es necesario adecuar la oferta educativa a nivel profesional, técnico y tecnológico para el sector, ya que actualmente está enfocada principalmente a la industria química

Estado actual de la oferta educativa

Programas académicos relacionados con la industria

- **Técnico y tecnológico:**

Cosmetología y estética integral y corporal, análisis químico, química, alistamiento de laboratorios de microbiología y biotecnología

- **Pregrado:**

Química farmacéutica, química Industrial, ingeniería química, biología, ingeniería biotecnológica

- **Postgrado:**

- A nivel especialización: Ciencia y tecnología cosmética.
- A nivel maestría y doctorado: Bioquímica, biotecnología, ingeniería química, ciencias químicas

Cursos de educación continuada específicos con la industria

- **Normativo:**

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas de Laboratorio (BPL)

- **Tecnológico:**

Aceites esenciales: extracción, usos y aplicaciones, aplicación de herramientas tecnológicas en investigación, biocomercio sostenible, elaboración de productos de aseo, cosmetología y estética integral

Necesidades identificadas

- Enzimología
- Química verde
- Cosmetología
- Gerencia de bionegocios
- Diseño de productos y empaques
- Cosmética natural
- Otros

- Reglamentación internacional para Centroamérica y el Caribe, la Unión Europea y Estados Unidos
- Formulación
- Uso y aprovechamiento de extractos naturales
- Control de calidad en producción
- Biotecnología industrial
- Toxicidad in vitro
- Otros



Esta adecuación, puede realizarse a través de la creación o modificación de programas académicos y la vinculación de actores activos de la industria a la academia

Alternativas de solución

Evaluar los **pensum de las carreras relacionadas con el sector**, para incluir cátedras pertinentes aplicadas a la industria

Analizar los perfiles de talento humano requeridos en las empresas del sector para **diseñar nuevos programas de formación académica** que cubran las necesidades identificadas

Propiciar la **participación de actores activos en la industria**, como docentes de cátedras universitarias, buscando hacer énfasis en problemas reales del sector a través de diseño de casos de estudio, trabajo de grupos de investigación y desarrollo de tesis de grado, además de promover al sector como **potencial empleador**

Casos de éxito

En España, el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica – CESIF tiene dentro de su oferta de programas académicos el **Master en Cosmética de Dermofarmacia**, ubicado entre los 250 mejores máster de España (2014) según el ranking anual desarrollado por el periódico El Mundo sobre mejores programas Master y MBA nacionales. Se desarrolla mediante clases presenciales, con la posibilidad de realizar prácticas en empresas y asistencia a visitas y conferencias y es reconocido porque sus profesionales son altamente demandados en la industria cosmética

La formación específica se enfoca en las siguientes áreas de aplicación:

- Diseño y formulación de productos cosméticos.
- Fabricación industrial y formulación magistral de las diferentes formas cosméticas.
- Aplicación de buenas prácticas de elaboración y control de cosméticos.
- Adecuación a la normativa específica, registro y comercialización de cosméticos.
- Evaluación de la seguridad de cosméticos.
- Asesoramiento a clientes y consumidores desde el punto de vista técnico y dermofarmacéutico.
- Gestión empresarial y Marketing de productos cosméticos.

En la Universidad Anáhuac y el Instituto Tecnológico de Monterrey (México), funcionarios de L'Oréal y Unilever participan en el desarrollo de cátedras universitaria semanales

- Abordan temas como distribución y comercialización, empaques, comportamiento del consumidor y manejo de inventarios
- Incluyen conferencias de directivos de cada empresa
- Desarrollan de casos de estudio de la empresa para análisis en clase
- Promueven la participación de los alumnos en concursos empresariales

CH-1

Impulsar la relación de la industria con la academia para promover el sector como fuente de empleo e investigación

Objetivo

Incrementar el reconocimiento de la industria como potencial empleador y generar mayor conocimiento de las necesidades de la industria, que pueden ser cubiertas por actores de la academia

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				2020				2021			
		Q1	Q2	Q3	Q4																
CH-1.1 Promover en la academia las oportunidades de empleo e investigación que se presentan en el sector																					
Promover la firma de convenios entre la academia y el sector, para el desarrollo de prácticas universitarias, trabajos de investigación y publicación de ofertas de empleo																					
Gestionar el desarrollo de actividades de interlocución entre las empresas del sector y la academia, para incrementar su nivel relacionamiento y desarrollo de sinergias																					
Invitar a actores de la industria a participar en cátedras universitarias y programas de educación continuada																					

CH-1

Impulsar la relación de la industria con la academia para promover el sector como fuente de empleo e investigación



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
CH-1.1 Promover en la academia las oportunidades de empleo e investigación que se presentan en el sector	PTP			✓		
	Academia	✓	✓			
	SENA	✓	✓			
	ANDI			✓		
	Industria	✓	✓			



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	Número de actividades de promoción del sector en la academia	Al menos una al año, a partir de 2017	2032
Impacto	Número de participantes en las actividades de promoción	Por definir	2032

CH-2

Gestionar la creación de programas de educación superior y continuada pertinentes para el sector

 **Objetivo**

Incrementar la oferta de programas académicos de educación técnica, tecnológica, pregrado, postgrado y cursos de educación continuada, con énfasis en temas pertinentes para la industria

 **Cronograma de trabajo**

Actividad	Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
CH-2.1 Realizar un ejercicio de mapeo ocupacional en el sector												
Analizar los perfiles ocupacionales requeridos en las empresas del sector												
Contrastar las necesidades identificadas con la oferta educativa actual												
Establecer un inventario de nuevos requerimientos o ajustes a la oferta educativa en los diferentes niveles de cualificación (técnico, tecnológico, pregrado o postgrado)												
CH-2.2 Gestionar la creación de nuevos programas académicos, de acuerdo con las necesidades de la industria y referentes internacionales												
Promover la adecuación o creación de nuevos programas académicos técnicos, tecnológicos, profesionales o de educación continua, que respondan a las necesidades del sector y mejores prácticas internacionales												
Promocionar los programas educativos en la comunidad de estudiantes de la academia y la industria												

CH-2

Gestionar la creación de programas de educación superior y continuada pertinentes para el sector

 Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
CH-2.1 Realizar un ejercicio de mapeo ocupacional en el sector	PTP	✓				
	Academia			✓		
	Industria, ANDI			✓		
CH-2.2 Gestionar la creación de nuevos programas académicos, de acuerdo con las necesidades de la industria y referentes internacionales	Academia	✓				
	PTP			✓		
	Ministerio de Educación		✓			
	Industria				✓	
	SENA	✓				
	ACCYTEC	✓				
	ANDI			✓		

 Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	a) Mapeo ocupacional del sector	a) Al menos 2 mapeos ocupacionales del sector (uno en el 2016 y otro en el 2022)	2024
	b) Actividades de promoción de los programas creados	b) Al menos 2 por año, a partir de 2025	2032
Impacto	Percepción de mejora de la pertinencia educativo para el sector	Se propone realizar al menos 2 encuestas cualitativas de percepción de mejora de pertinencia educativa, una en el 2021 y otra en el 2027	2028



Es necesario potenciar las competencias administrativas de los actores de la industria, principalmente en comercio exterior, mercadeo, competitividad y sostenibilidad

Área	Énfasis	Beneficios
Negocios internacionales y comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de negociación y mercadeo, de acuerdo al contexto internacional de cada zona geográfica • Procesos y trámites de acceso a mercados objetivo • Procesos y trámites de importación • Sistema de costeo y finanzas • Tributación internacional 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agilizar los proceso de exportación e importación ✓ Disminuir los riesgos de devolución o retención de cargas en puertos ✓ Facilitar el cierre de negocios en mercados objetivo
Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce • Fortalecimiento de marca • Diseño y presentación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer el posicionamiento de marcas nacionales ✓ Distribuir productos a través de nuevas plataformas, con mayor cobertura
Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Emprendimiento • Sistemas de planeación, organización, dirección y control 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar ventajas industriales a través de diferenciación de productos ✓ Garantizar el uso eficiente de insumos y recursos, para generar mayores márgenes de utilidad
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de la huella ambiental • Mecanismos de reducción de generación de desperdicios y consumo de energía y agua • Estrategias de reciclaje y reutilización de envases y empaques 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disminuir el impacto ambiental ✓ Preparar a la industria para las futuras regulaciones en temas de crecimiento verde y cuidado del medio ambiente, por el ingreso del país a la OCDE

CH-3

Promover el desarrollo de capacitaciones en competencias transversales para la industria

Objetivo

Desarrollar programas de capacitación para el sector, que fortalezcan las competencias en temas transversales relevantes para la industria (mercadeo, negocios internacionales, habilidades de negociación, cierre de ventas, productividad y formulación de proyectos)

Cronograma de trabajo

Actividad	Año		2016		2017				2018				2019				2020				2021			
	Trimestre		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
	CH-3.1 Promover el desarrollo de cursos de capacitación en temas transversales a la industria																							
Desarrollar cursos de capacitación en temas transversales de interés para el sector	→																							
Ejecutar y promocionar las capacitaciones existentes y las diseñadas para la industria	→																							

CH-3

Promover el desarrollo de capacitaciones en competencias transversales para la industria



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado	
CH-3.1 Promover el desarrollo de cursos de capacitación en temas transversales a la industria	PTP			✓			
	Clústers del sector	✓	✓				
	Procolombia	✓	✓				
	Entidades de formación	✓	✓				
	Academia	✓	✓				
	SENA	✓	✓				
	Industria					✓	✓
	ANDI				✓		



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	Número de capacitaciones brindadas	Al menos 7 al año, a partir 2016	2032
Impacto	Número de personas capacitadas con éxito	Al menos 350 personas por año, a partir de 2016	2032

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

C. Anexos



Cosméticos



Aseo



Absorbentes



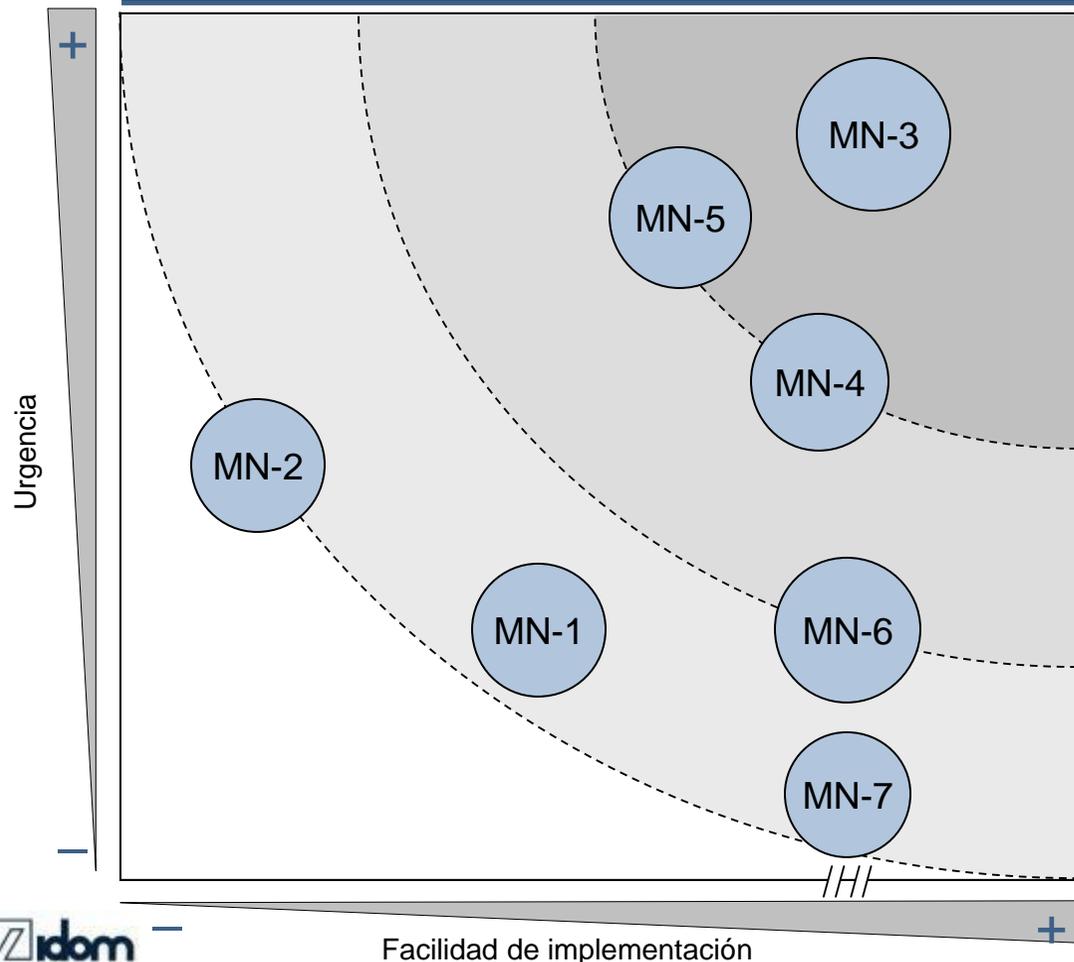
Reformulación del Plan de Negocios. Plan de acción

En el eje de Marco Normativo se identificaron 7 iniciativas de trabajo

	Brechas	Línea de actuación	Iniciativa	Subsector	
1 Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> Poco aprovechamiento de recursos naturales autóctonos, con fines comerciales 	Desarrollar productos con ingredientes naturales	MN-1	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar acciones de mejora para reducir tiempos en el proceso de acceso a recurso genético y sus productos derivados 	 ✓ ✓ ✓
			MN-2	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar acciones de mejora para facilitar el proceso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable 	✓ ✓ ✓
2 Marco Normativo	<ul style="list-style-type: none"> Diferencia de conceptos y requerimientos entre INVIMA y SIC para soporte de proclamas y sustentos de publicidad 	Proteger al consumidor y regular sustentos de publicidad	MN-3	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar el desarrollo de protocolos de soporte de proclamas y estándares de comunicación en publicidad 	✓ ✓ ✓
			3 Fortalecimiento	<ul style="list-style-type: none"> Restricciones de acceso a mercados objetivo a nivel arancelario y de homologación de normativa regulatoria 	Facilitar el comercio exterior
MN-5	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar el desgrave de materias primas importadas, críticas para el sector 	✓ ✓ ✓			
4 Infraestructura y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Preparar la industria nacional en el marco de adhesión del país a la OCDE 	Gestionar pasivos ambientales	MN-6	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar lineamientos normativos que regulen la disposición y aprovechamiento de envases y empaques post-consumo 	✓ ✓ ✓
			MN-7	<ul style="list-style-type: none"> Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad 	✓ ✓ ✓

Apoyar la adopción de mejores prácticas regulatorias en materia de construcción de proclamas, es la iniciativa que representa mayor interés para el sector, junto con la gestión para el desgrave de materias primas importadas que son críticas para la industria

Valoración de cada iniciativa



- La **adopción de mejores prácticas regulatorias en materia de construcción de proclamas**, es la actuación más urgente para la industria, ya que incide de manera directa en las estrategias publicitarias definidas por cada empresa y puede conllevar a la imposición de sanciones (MN-3)
- **Gestionar el desgrave de las materias primas críticas** para el sector, es la siguiente iniciativa de mayor urgencia, que apunta a facilitar el comercio internacional de las empresas y generar productos terminados con costos de producción competitivos (MN-5)

Impacto:

- Alto – Incremento en las ventas o reducción de costos > 10%
- Bajo – Incremento en las ventas o reducción de costos < 5%



Existen oportunidades de mejora en los trámites de acceso a recurso genético y recurso forestal no maderable

Acceso a recurso genético

- **Autoridad nacional competente** de emitir y aprobar los contratos de acceso a recurso genético → Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
- **Normativa** que regula el acceso a recurso genético →
 - Decisión Andina 391 de 1996
 - Decreto 730 de 1997
 - Ley 3570 de 2011
 - Resolución 1348 de 2014
- **Requisitos** para obtener un contrato de acceso a recurso genético →
 - Solicitud de contrato a acceso genético diligenciado
 - Presentación del proyecto de investigación o comercialización, incluyendo la hoja de vida del responsable técnico y el equipo de trabajo
 - Carta de la *Institución Nacional de Apoyo*, dedicada a la investigación biológica de carácter científico o técnico
 - Certificado del *Ministerio del Interior*, respecto a la presencia de comunidades étnicas
 - Autorización para la colecta del recurso biológico por parte de la ANLA
 - Certificado de existencia y representación legal para persona jurídica

Problemática actual →

- Poca claridad sobre la distribución justa y equitativa de beneficios
- Los tiempos de evaluación de requisitos y emisión de resolución para aprobar o negar el trámite se encuentran entre los 6 y 9 meses
- Extensos tiempos de emisión de certificados de MININTERIOR (minorías étnicas) y de ANLA (NO CITES)

Aprovechamiento de recurso forestal no maderable

- **Autoridad nacional competente** de emitir y aprobar los permisos de aprovechamiento de recurso forestal no maderable → Corporaciones Autónomas Regionales (CAR)
- **Normativa** que regula el aprovechamiento de recurso forestal no maderable →
 - Decreto 1791 de 1996
- **Requisitos** para obtener un permiso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable →
 - Solicitud formal de permiso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable
 - Acreditación de la capacidad para garantizar el manejo silvicultural, la investigación y la eficiencia en el aprovechamiento y en la transformación en terrenos de dominio público o acreditación de propiedad del predio (según corresponda)
 - Especies, volumen, cantidad o peso aproximado de lo que se pretende aprovechar y uso que se pretende dar a los productos
 - Plan de manejo forestal

Problemática actual →

- El marco normativo existente no es claro respecto al aprovechamiento de los recursos y está enfocado principalmente a recursos forestales maderables



Gestionar acciones de mejora para reducir tiempos en el proceso de acceso a recurso genético y sus productos derivados

Objetivo

Facilitar el acceso a recurso genético y sus productos derivados, a las empresas del sector y los centros de investigación

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				2020				2021			
		Q1	Q2	Q3	Q4																
MN-1.1 Gestionar la emisión de un instrumento normativo que regule la distribución justa y equitativa de beneficios por acceso a recurso genético y sus productos derivados																					
Establecer lineamientos para la distribución justa y equitativa de beneficios por acceso a recurso genético y sus productos derivados		██████████																			
MN-1.2 Mejorar los trámites y requisitos conexos para facilitar el acceso a recurso genético y sus productos derivados, con fines comerciales e investigativos																					
Identificar cuellos de botella en los trámites y requisitos conexos para el acceso a recurso genético o sus productos derivados		██████████																			
Desarrollar e implementar acciones correctivas que hagan más eficientes las actividades cuello de botella identificadas						██████████				██████████				██████████							
MN-1.3 Realizar ejercicios de promoción de casos de éxito del sector																					
Identificar casos de éxito de acceso a recurso genético y sus productos derivados, aplicados al sector, para diseñar estrategias de divulgación que incentiven a la industria a replicar estas actividades														██████████				██████████			

MN-1

Gestionar acciones de mejora para reducir tiempos en el proceso de acceso a recurso genético y sus productos derivados

 Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-1.1 Gestionar la emisión de un instrumento normativo que regule la distribución justa y equitativa de beneficios por acceso a recurso genético y sus productos derivados	PTP				✓	✓
	Colombia Bio (Colciencias)			✓		
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	✓	✓	✓		
	Industria				✓	✓
MN-1.2 Mejorar los trámites y requisitos conexos para facilitar el acceso a recurso genético y sus productos derivados, con fines comerciales e investigativos	PTP				✓	✓
	Colombia Bio (Colciencias)			✓		
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	✓	✓	✓		
	Industria				✓	✓
	Ministerio del Interior	✓	✓	✓		
	ANLA – Autoridad Nacional de Licencias Ambientales	✓	✓	✓		
MN-1.3 Realizar ejercicios de promoción de casos de éxito del sector	PTP - ANDI	✓				
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible				✓	
	Industria				✓	✓



Gestionar acciones de mejora para reducir tiempos en el proceso de acceso a recurso genético y sus productos derivados



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Número de horas dedicadas a la gestión	N/A	2032
Resultado	a) Reducción de los tiempos de trámite por tipo de solicitud	a) 50% menos a los tiempos actuales (máximo 90 días)	a) 2020
	b) Emisión de instrumento normativo sobre distribución justa y equitativa	b) Al menos 1 instrumento	b) 2018
	c) Porcentaje de actividades mejoradas del total identificadas como cuello de botella	c) 100% de las actividades identificadas	c) 2020
Impacto	Número de contratos de acceso a recurso genético con fines comerciales y/o de investigación	Al menos 4 empresas obtendrán contrato de acceso a recurso genético	2032



Gestionar acciones de mejora para facilitar el proceso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable

Objetivo

Facilitar el aprovechamiento del recurso forestal no maderable para las empresas del sector y los centros de investigación

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				2020				2021			
		Q1	Q2	Q3	Q4																
MN-2.1 Gestionar la emisión de un instrumento normativo que regule el aprovechamiento de recurso forestal no maderable																					
Realizar la gestión necesaria para emitir al menos un (1) instrumento normativo que regule el aprovechamiento de recurso forestal no maderable																					
Capacitar a las Corporaciones Autónomas Regionales (CAR) respecto a la normativa emitida																					
MN-2.2 Promover la mejora en los trámites para la obtención de permisos de aprovechamiento de recurso forestal no maderable																					
Desarrollar e implementar acciones correctivas que hagan más eficientes las actividades cuello de botella identificadas en el proceso relacionado con los permisos de aprovechamiento de recurso forestal no maderable																					
Identificar cuellos de botella en el procedimiento para la emisión de certificados con fines de exportación de recursos forestales no maderables																					
MN-2.3 Realizar ejercicios de promoción de casos de éxito del sector																					
Identificar casos de éxito de acceso a recurso forestal no maderable, aplicados al sector, para diseñar estrategias de divulgación, que incentiven a la industria a replicar estas actividades																					

MN-2

Gestionar acciones de mejora para facilitar el proceso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-2.1 Gestionar la emisión de un instrumento normativo que regule el aprovechamiento de recurso forestal no maderable con fines comerciales o de investigación	PTP				✓	✓
	Colombia Bio (Colciencias)			✓		
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	✓	✓			
	Corporaciones Autónomas Regionales (CAR)			✓	✓	✓
	Industria				✓	✓
MN-2.2 Promover la mejora en los trámites para la obtención de permisos de aprovechamiento de recurso forestal no maderable	PTP				✓	✓
	Colombia Bio (Colciencias)			✓		
	Secretaría de Ambiente	✓	✓			
	Corporaciones Autónomas Regionales (CAR)	✓				
	Industria				✓	✓
MN-2.3 Realizar ejercicios de promoción de casos de éxito del sector	PTP - ANDI	✓				
	Corporaciones Autónomas Regionales (CAR)				✓	
	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible				✓	
	Industria				✓	✓

MN-2

Gestionar acciones de mejora para facilitar el proceso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Número de horas dedicadas a la gestión	N/A	2032
Resultado	a) Reducción de los tiempos de trámite de permisos de aprovechamiento de recursos forestales no maderables b) Emisión de instrumento normativo sobre el aprovechamiento de recurso forestal no maderable	a) 50% menos a los tiempos actuales b) Al menos 1	a) 2020 b) 2020
Impacto	Número de empresas con permisos de aprovechamiento de recurso forestal no maderable	Al menos 2	2032



A nivel internacional, se establecen mecanismos para la validación de proclamas

Mecanismos para la gestión de proclamas a nivel internacional

- El reglamento 655/2013 de la **Unión Europea** establece seis (6) criterios comunes respecto a las reivindicaciones usadas en los productos cosméticos: Cumplimiento de la legislación, veracidad, datos que sustentan la reivindicación, honradez, imparcialidad y toma de decisiones con conocimiento de causa.
 - Respecto al criterio común de **veracidad** se establece:
 - *Ni la presentación general del producto cosmético ni las reivindicaciones individuales hechas para el producto deberán basarse en información falsa o irrelevante*
 - *Si se reivindica que un producto contiene un ingrediente determinado, este tiene que estar presente de forma deliberada*
 - *Las reivindicaciones de un ingrediente determinado no deben dar a entender que el producto acabado tiene esas mismas propiedades cuando no las tiene*
 - *Los mensajes publicitarios no deben dar a entender que la expresión de una opinión constituye una reivindicación que se haya verificado, salvo que tal opinión se sustente en pruebas comprobables*
 - Respecto al criterio común de **datos que sustentan la reivindicación** se establece:
 - *Las reivindicaciones de productos cosméticos, explícitas o implícitas, tienen que sustentarse con elementos de prueba apropiados y verificables, cualquiera que sea su tipo, incluidas, en su caso, evaluaciones de expertos*
 - *Si se utiliza un estudio como prueba, este debe ser pertinente para el producto y el beneficio que se reivindica, debe basarse en metodologías bien diseñadas y ejecutadas correctamente (válidas, fiables y reproducibles) y debe respetar las consideraciones éticas*
-
- En el caso de Estados Unidos, el organismo que regula la producción y comercialización de cosméticos (Food and Drug Administration – FDA) establece que los productos cosméticos destinados a afectar la estructura o función del cuerpo, o para un fin terapéutico, tales como el tratamiento o prevención de enfermedades, están sujetos a la regulación de medicamentos y no de cosméticos
 - En el caso de los medicamentos, se evalúan las propiedades de los productos antes de salir al mercado, a través de Centros de Evaluación e Investigación de Fármacos (CDER), quienes analizan la información entregada por cada empresa respecto a las pruebas de seguridad y eficacia del producto

La Unión Europea cuenta con su propio reglamento para identificar y controlar los riesgos de todas las sustancias químicas en el mercado europeo - REACH

El reglamento 1907/2006 de la UE - REACH

- La industria cosmética en Europa, agrupada a través de Cosmetics Europe, se ha dado a la tarea de implementar el reglamento 1907/2006 de la UE, que define el estándar **REACH: Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals**, con el fin de asegurar que las sustancias contenidas en los productos no afecten negativamente a la salud humana o el medio ambiente, en condiciones normales y razonablemente previsibles de uso.
- Las sustancias contenidas en los productos cosméticos, están cubiertas por REACH, con lo cual, los fabricantes e importadores de la industria, deben cumplir con los siguientes requisitos en cuanto a productos e ingredientes químicos:
 - Registro / pre-inscripción
 - Evaluación de las sustancias y de los expedientes de registro
 - Autorización de usos específicos para las sustancias extremadamente preocupantes
 - Restricciones para otras sustancias de interés
 - La comunicación dentro de la cadena de suministro y para el público
- Los objetivos de la industria cosmética en torno a REACH son:
 - Cumplir con los requisitos del Reglamento en pro del desarrollo sostenible y competitivo
 - Asegurar que toda la cadena sea consiente de los requisitos de REACH
 - Reducir al mínimo los efectos y dificultades en el abastecimiento de ingredientes

Acciones para la implementación de REACH



- Con el objetivo de brindar asistencia a la industria en la implementación de los requisitos de REACH, Colipa, actualmente Cosmetics Europe, consolidó en 2008 una guía explicativa para la preparación de evaluaciones e informes de seguridad química para ingredientes y productos en la industria cosmética.
- La Guía de COLIPA consolida un banco de información para los miembros de la Asociación para incentivar una adecuada interpretación armonizada y coherente de los requisitos de REACH.
- De igual manera, proporciona asesoramiento técnico y jurídico en cuestiones de la industria alrededor de las proclamas y las pruebas de eficacia de los productos cosméticos.
- Cosmetics Europe actúa como interlocutor entre las instituciones de la UE y las partes interesadas, participando activamente en las revisiones y adaptaciones al proceso de implementación técnica y adaptaciones al Reglamento REACH.



Algunos países han desarrollado códigos de autorregulación para el sector enfocados a incentivar la protección al consumidor y la libre competencia en la industria cosmética

Detalle	España	México
Nombre	<ul style="list-style-type: none"> Código de autorregulación para una comunicación responsable en el sector perfumería y cosmética 	<ul style="list-style-type: none"> Código de autorregulación y ética publicitaria de productos cosméticos - Código COSMEP
Promotor	<ul style="list-style-type: none"> Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética – STAMPA 	<ul style="list-style-type: none"> Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene - CANIPEC
Actores vinculados	<ul style="list-style-type: none"> Cosmetics Europe: Desarrolló en 2012 el documento “Guiding principles on responsible advertising and marketing communication”, como una base común en Europa para la publicidad en cosméticos. STAMPA en 2012, asumió la responsabilidad de la difusión de las directrices entre sus miembros, desarrollando el Código de Conducta, que busca cooperar con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria – CONAR: Responsable de velar y sancionar el cumplimiento de Código y auxiliar a la industria en su correcta aplicación CONAR y CANIPEC coayudan con autoridades responsables de la protección al consumidor y la competencia leal: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios – COFEPRIS y Procuraduría Federal del Consumidor - PROFECO
Objetivo del código	<ul style="list-style-type: none"> Promover una comunicación responsable en el sector cosméticos, a través del cumplimiento de una serie de normas en el área de la comunicación de los cosméticos dirigida al consumidor final, con el objeto de que dicha promoción se desarrolle respetando los principios éticos, exigibles de profesionalidad y de responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Crear un instrumento que permita desarrollar una actividad informativa o de comunicación publicitaria al consumidor, basado en principios éticos, favoreciendo con ello el conocimiento y comprensión de los beneficios, alcances y uso correcto de los productos y servicios con el propósito de proteger al consumidor contra formas de comunicación engañosas o abusivas.
Principales lineamientos	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir con el marco regulatorio en el ámbito nacional y Europeo Publicidad sincera, veraz y no engañosa Permitir al consumidor una elección informada Ser socialmente responsables Protección de la competencia leal y respeto por la propiedad intelectual e industrial 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso con la Legalidad, Honestidad, Decencia, Veracidad, Dignidad, Justa Competencia, Salud y Bienestar, Protección a la Infancia, Responsabilidad Social, Uso de Datos y Terminología Científica y Técnica, Garantías, Promociones y Ofertas, Comprobación (sustento), Testimoniales, Explotación del Prestigio, Publicidad Comparativa, Imitación. Contiene también el detalle de los criterios para los términos a utilizar en la publicidad.

MN-3

Apoyar el desarrollo de protocolos de soporte de proclamas y estándares de comunicación en publicidad

 **Objetivo**

Promover la libre competencia en el mercado y disminuir los índices de publicidad engañosa

 **Cronograma de trabajo**

Actividad	Año Trimestre	2016		2017				2018				2019			
		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
MN-3.1 Establecer mecanismos que articulen los soportes de proclamas y estándares de comunicación en publicidad															
Identificar e implementar líneas de trabajo que mejoren la articulación institucional entre la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) e INVIMA		■													
Desarrollar mesas de trabajo con los empresarios del sector para brindar soporte en el desarrollo de proclamas - SIC: Publicidad engañosa - INVIMA: Proclamas Sanitarias		■	■		■	■		■		■		■		■	■
Realizar actividades de divulgación de la información sobre soporte de proclamas a nivel de la Comunidad Andina de Naciones (CAN)				■											

MN-3

Apoyar el desarrollo de protocolos de soporte de proclamas y estándares de comunicación en publicidad



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-3.1 Establecer mecanismos que articulen los soportes de proclamas y estándares de comunicación en publicidad	ANDI			✓		
	SIC	✓	✓			
	INVIMA	✓	✓			
	PTP				✓	✓
	Ministerio de Salud			✓	✓	



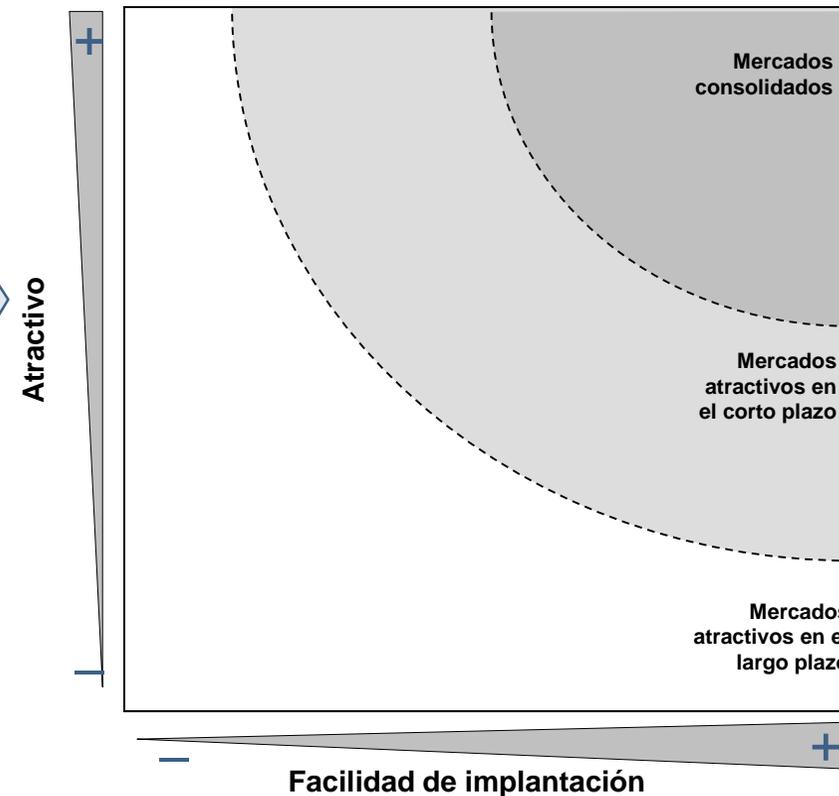
Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Número de horas dedicadas a la gestión	N/A	2032
Resultado	Número de mesas de trabajo desarrolladas	Al menos 2 al año, a partir de 2016	2032
Impacto	Número de participantes en las mesas de trabajo para proclamas y publicidad sanitaria	Al menos 40 personas por año	2032



Se cuantificaron las variables de atractivo y facilidad de implantación, para identificar los mercados consolidados y los mercados objetivo en el corto y largo plazo

Análisis de mercados objetivo



Variables para definir el atractivo de mercado

- Crecimiento del **valor de ventas de productos del subsector**, por país objetivo y para el periodo de 2009 al 2014
- **Consumo per Cápita del sector** del año 2015
- Rangos de porcentaje del **valor de importaciones de productos del subsector**, por país objetivo y respecto al líder mundial de importaciones

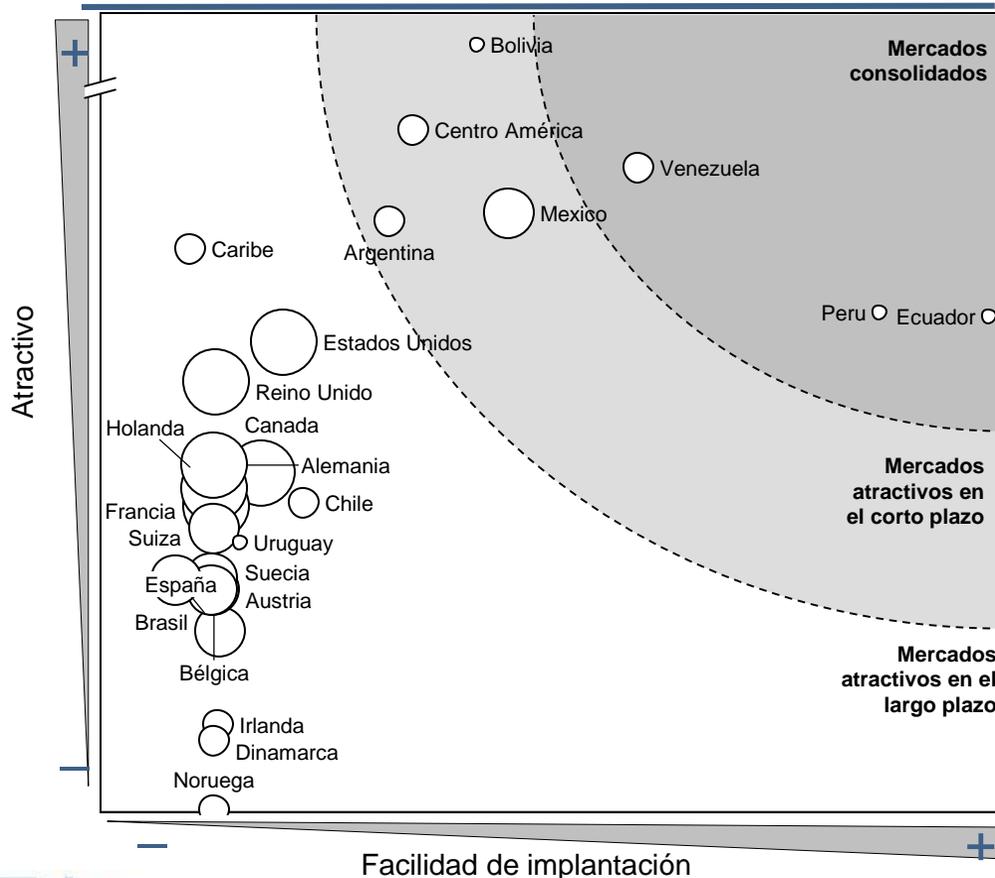
Variables para definir la facilidad de implantación

- Porcentaje en la **participación de importaciones que se realizan desde Colombia al país objetivo**, respecto al total de importaciones de productos del subsector
- Valor de los **aranceles de ingreso** del productos del subsector al país objetivo
- **Distancia** del país objetivo respecto a Colombia
- **Tiempos** de acceso a los mercados



Para el subsector cosméticos se identificaron como mercados consolidados Perú, Ecuador y Venezuela

Análisis de mercados objetivo cosméticos



- **Perú, Ecuador y Venezuela** son los países o mercados consolidados para el subsector cosméticos
- **Bolivia, México, Argentina y los países de Centroamérica** conforman el segundo grupo de interés para el subsector cosméticos
- **Canadá, Argentina, Paraguay, Uruguay, Estados Unidos y los países miembros de la Unión Europea y el Caribe**, conforman el tercer grupo de interés para el subsector cosméticos, debido a los bajos niveles de atractivo y la poca facilidad de implantación

Nivel actual de importaciones de productos del sector al país

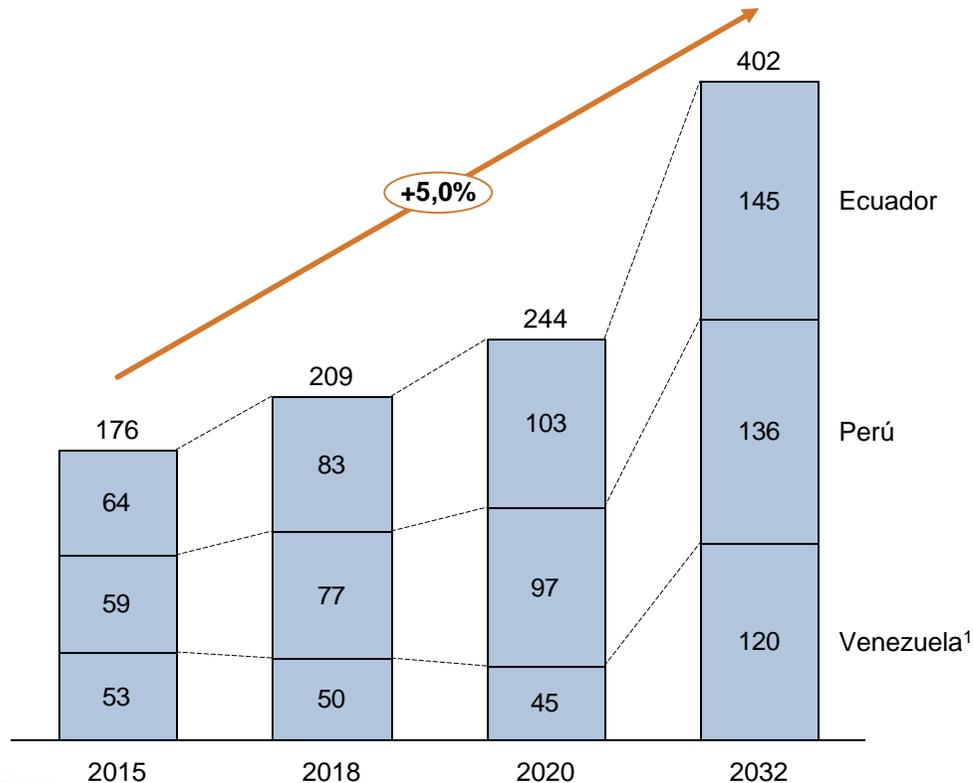
○ Alto ○ Bajo



Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector de cosméticos (1/2)

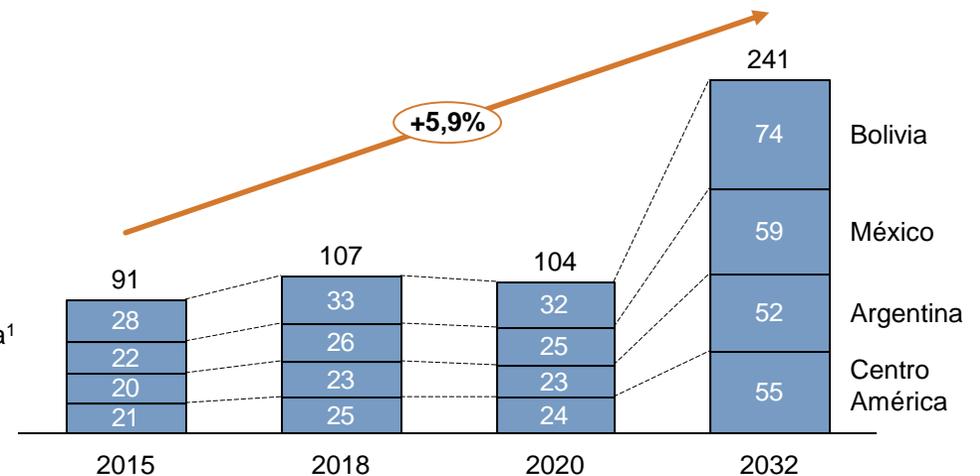
Exportaciones de cosméticos – mercados consolidados

(USD\$ millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



Exportaciones cosméticos – mercados objetivo a corto plazo

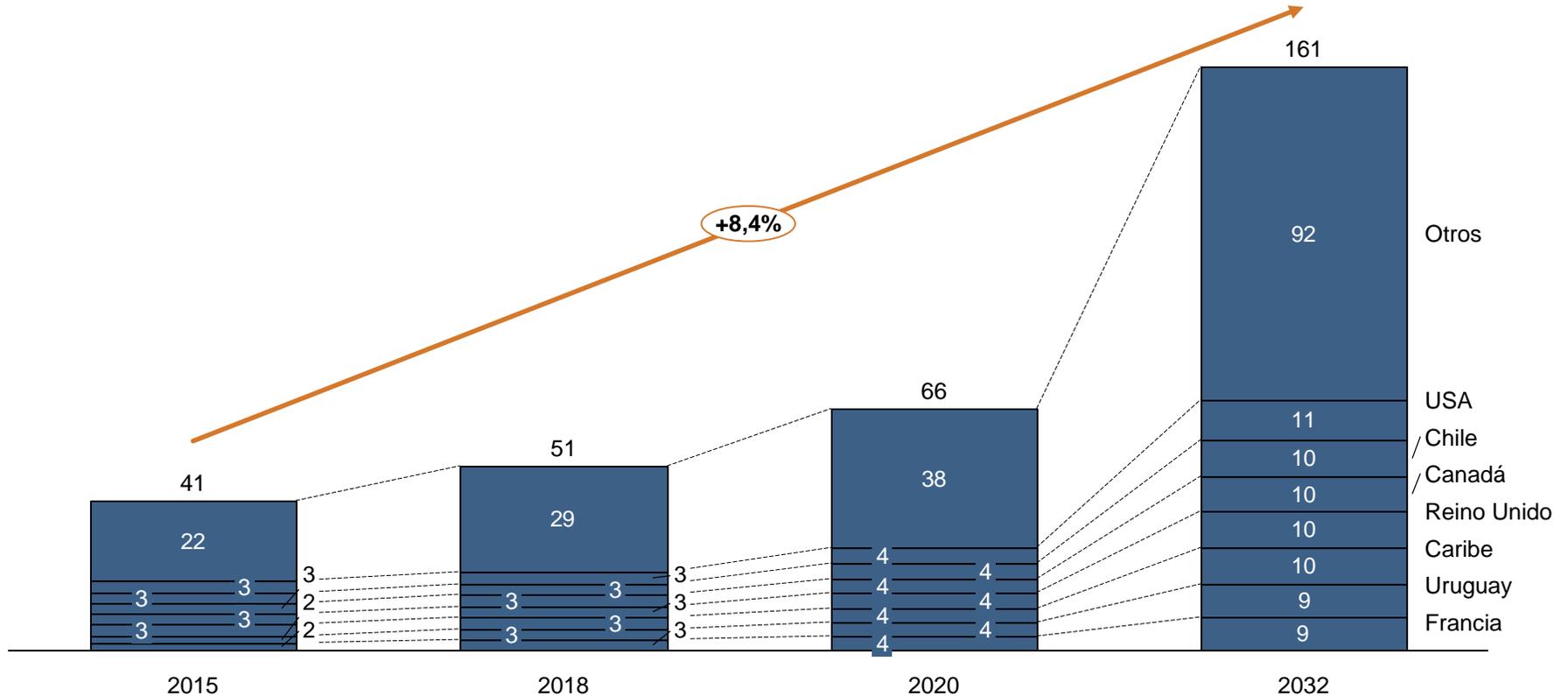
(USD\$ millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)





Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector de cosméticos (2/2)

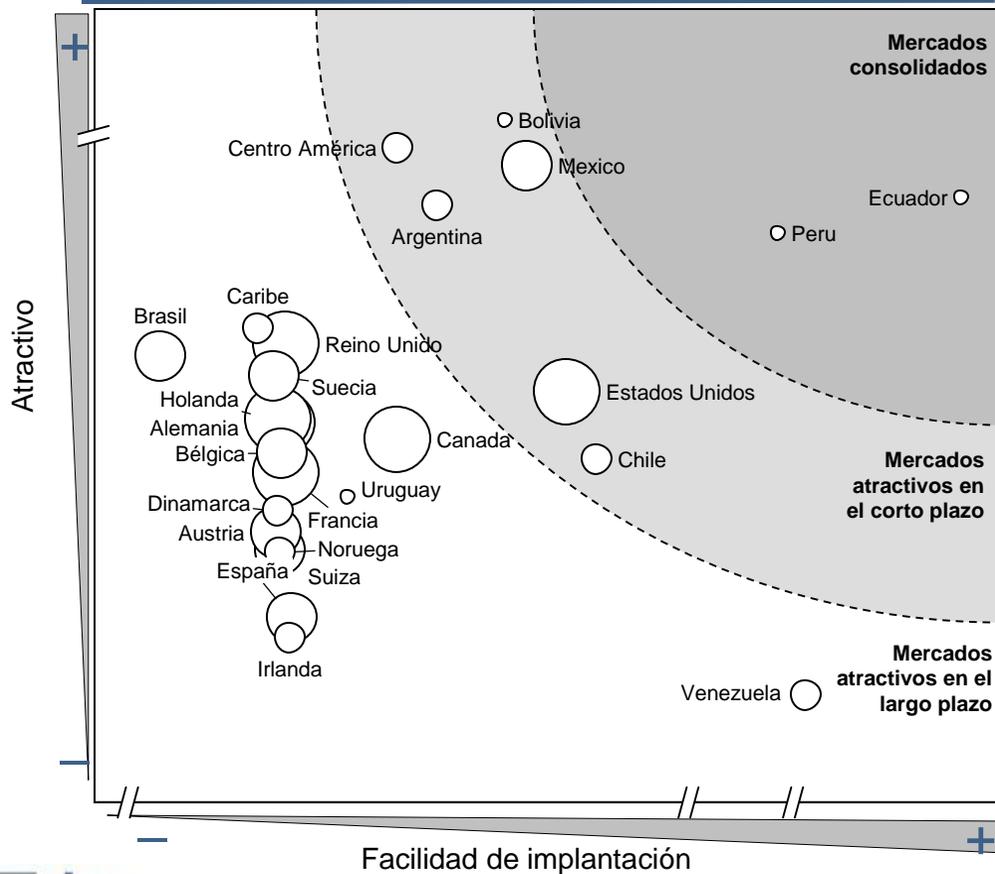
Exportaciones cosméticos – mercados objetivo a largo plazo
(USD\$ millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)





Para el subsector aseo se identificaron como mercados consolidados Perú y Ecuador

Análisis de mercados objetivo aseo



- **Perú y Ecuador** son los países o mercados consolidados para el subsector aseo
- **Bolivia, México, Argentina, Chile, Estados Unidos y países de Centroamérica** conforman el segundo grupo de interés para el subsector aseo
- **Canadá, Paraguay, Uruguay y los países miembros de la Unión Europea y el Caribe,** conforman el tercer grupo de interés para el subsector aseo, debido a los bajos niveles de atractivo y la poca facilidad de implantación

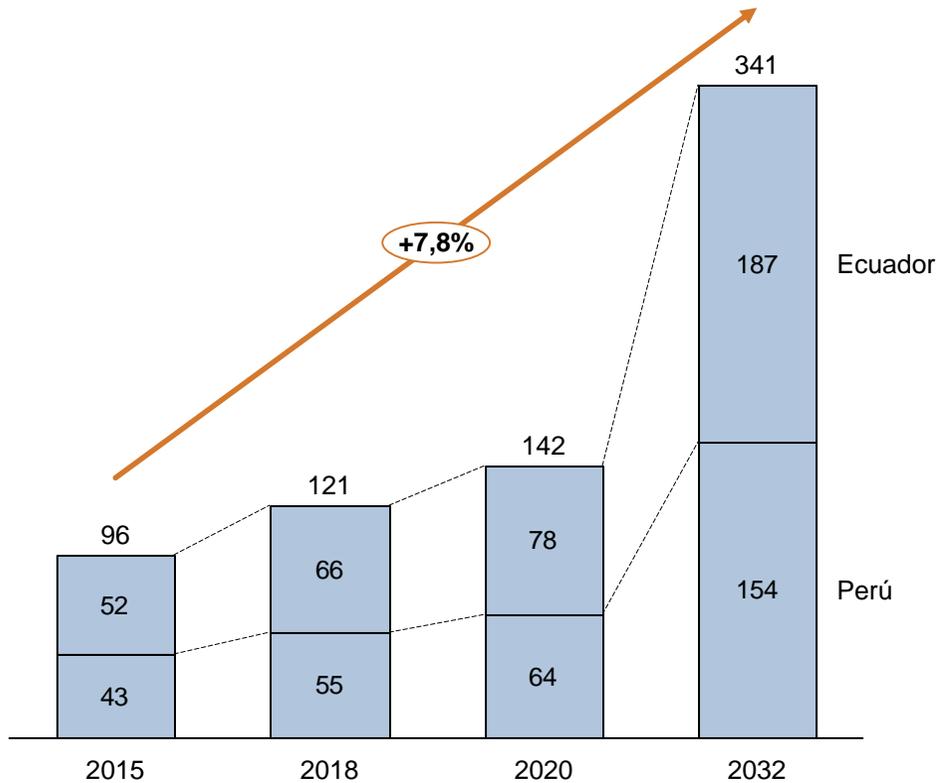
Nivel actual de importaciones de productos del sector al país Alto Bajo



Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector aseo (1/2)

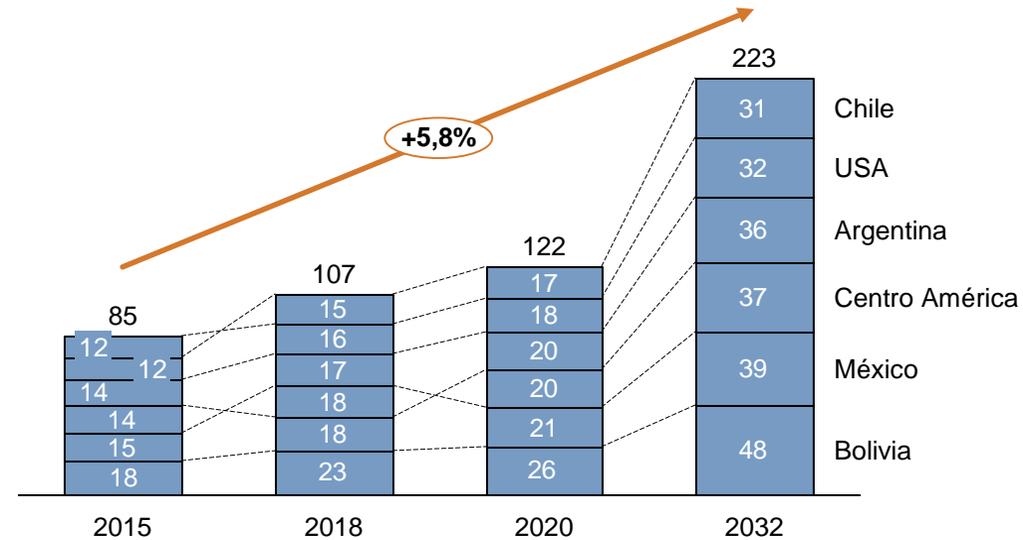
Exportaciones aseo – mercados consolidados

(USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



Exportaciones aseo – mercados objetivo a corto plazo

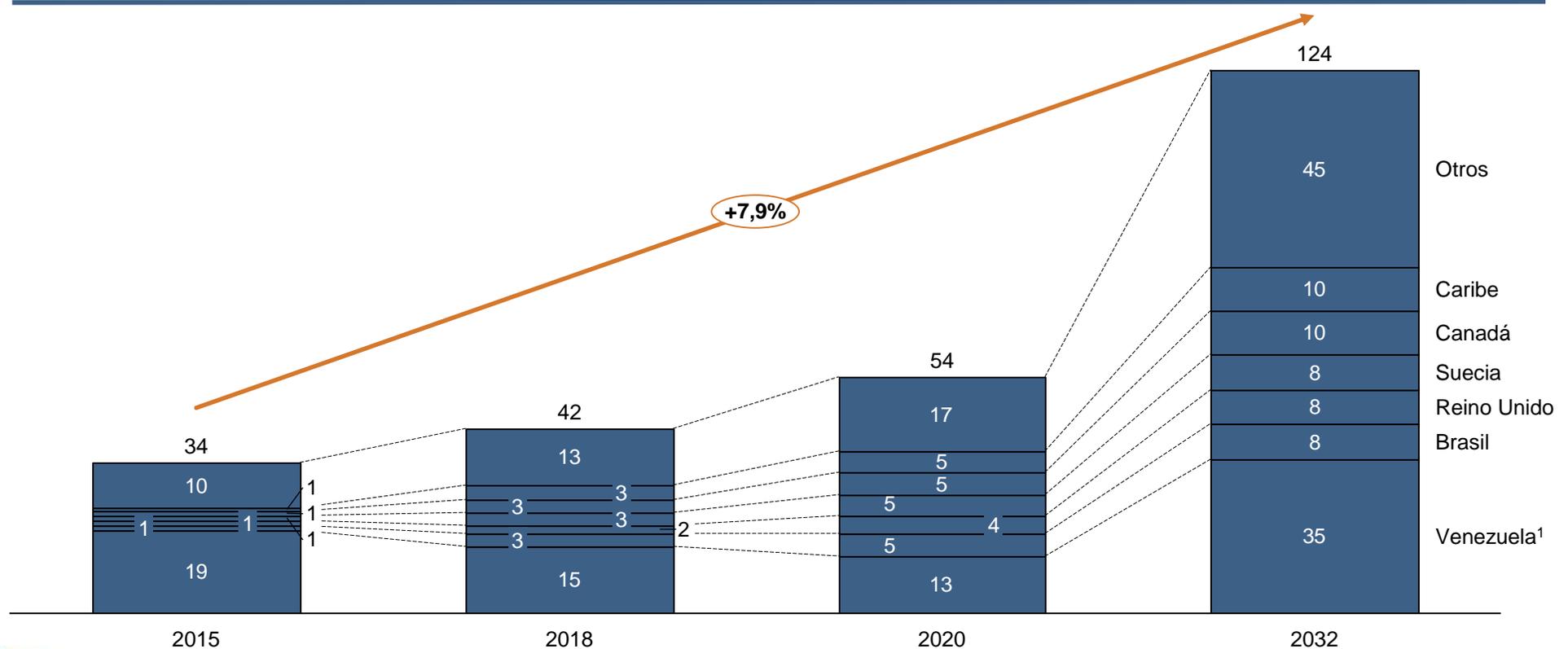
(USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)





Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector aseo (2/2)

Exportaciones aseo – mercados objetivo a largo plazo
(USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



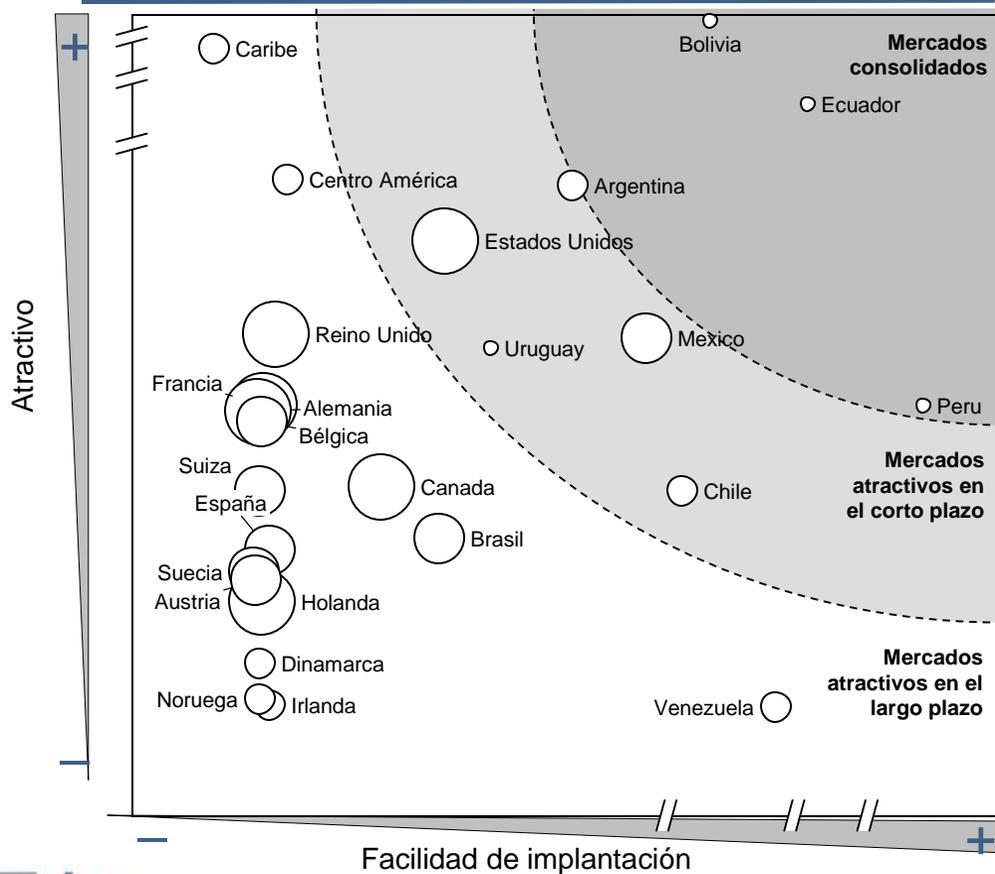
Nota: 1. Venezuela, a pesar de ser un mercado consolidado, se considera poco factible en el corto y mediano plazo, debido a las condiciones políticas actuales

Fuente: Elaboración propia a partir de información de Comtrade



Para el subsector absorbentes se identificaron como mercados consolidados Perú, Ecuador y Bolivia

Análisis de mercados objetivo absorbentes



- **Bolivia, Ecuador y Perú** son los países o mercados consolidados para el subsector absorbentes
- **México, Argentina, USA, Uruguay y Chile** conforman el segundo grupo de interés para el subsector absorbentes
- **El resto de Suramérica, los países miembros de la Unión Europea y países de Centroamérica y el Caribe** como Guatemala, República Dominicana, Panamá y El Salvador, conforman el tercer grupo de interés para el subsector absorbentes, debido a los bajos niveles de atractivo y la poca facilidad de implantación

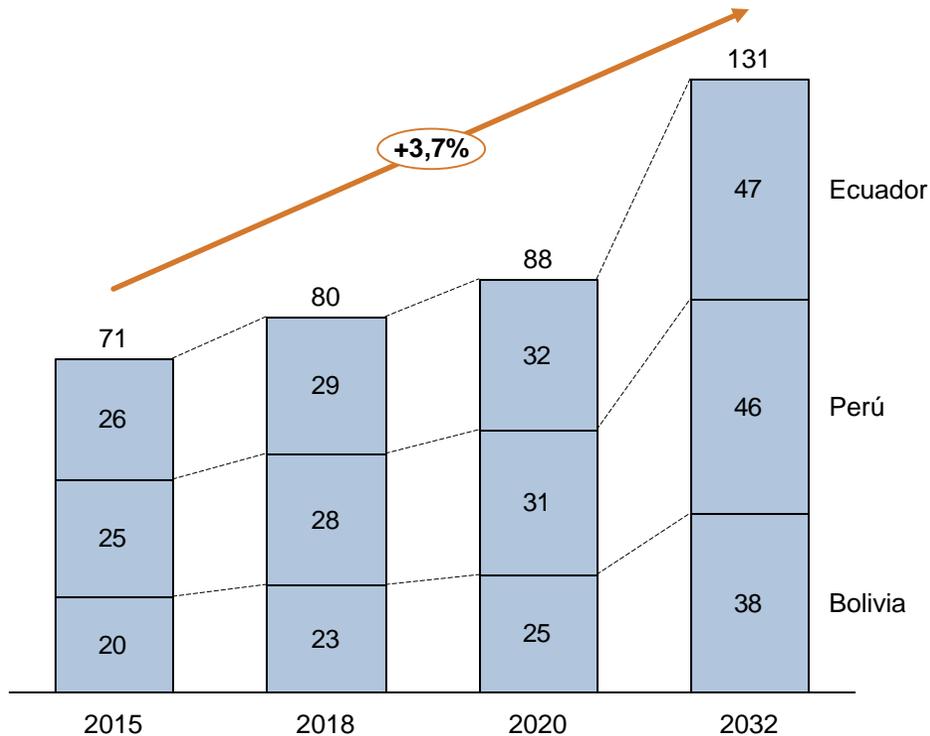
Nivel actual de importaciones de productos del sector al país Alto Bajo



Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector absorbentes (1/2)

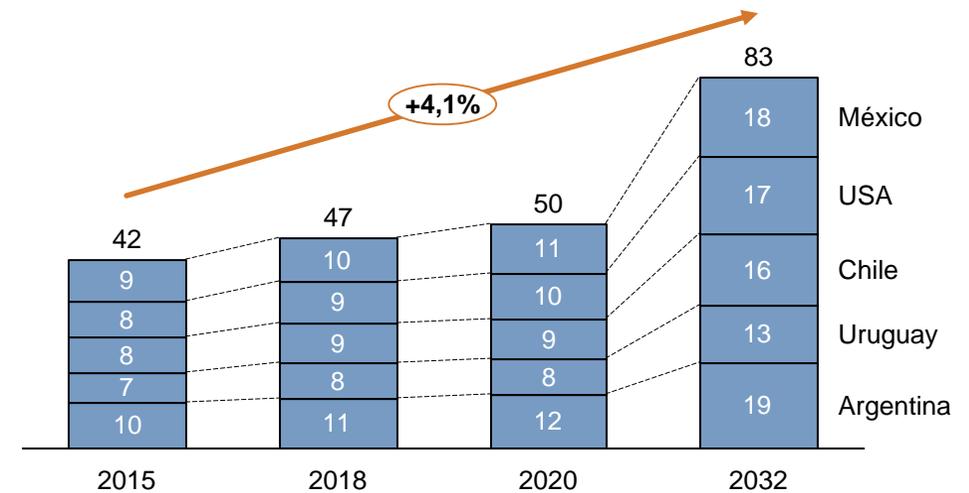
Exportaciones absorbentes – mercados consolidados

(USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



Exportaciones absorbentes – mercados objetivo a corto plazo

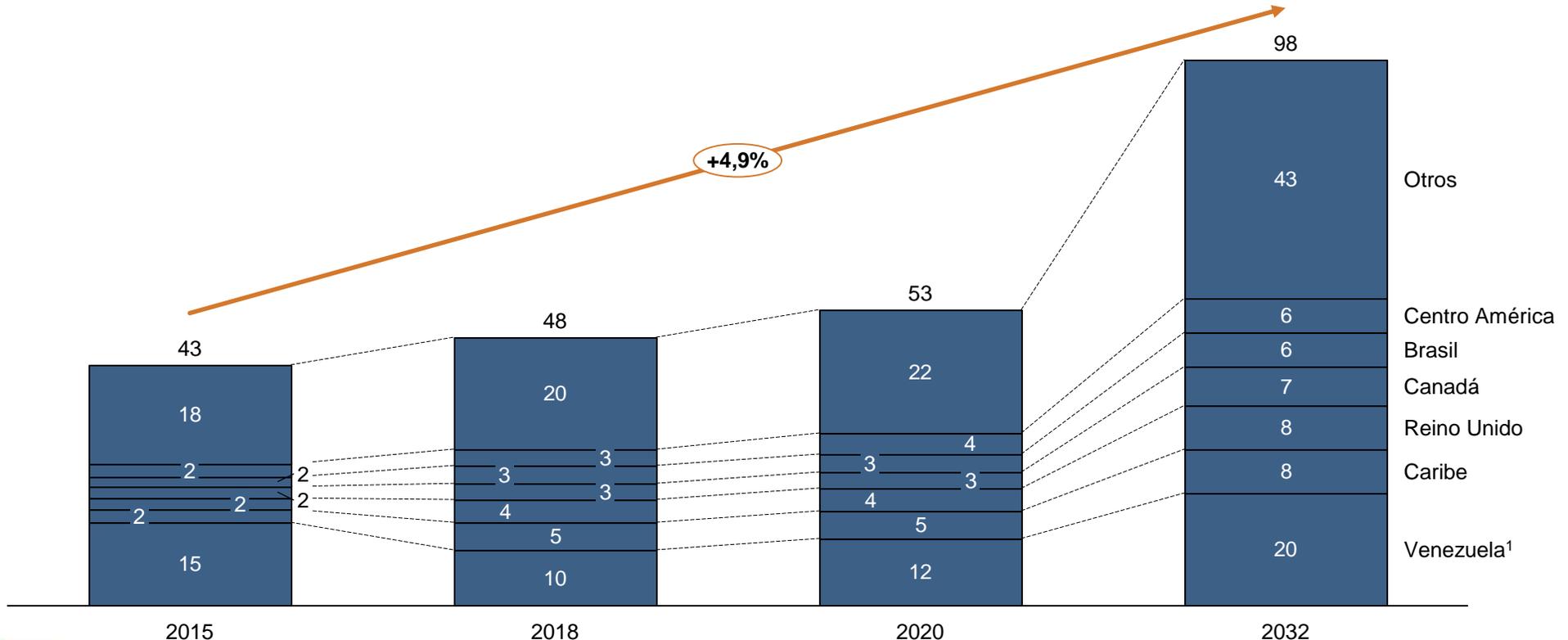
(USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)





Se proponen las siguientes metas por grupo de mercados, para el subsector absorbentes (2/2)

Exportaciones absorbentes – mercados objetivo a largo plazo (USD millones; Tasa anual de crecimiento compuesto)



MN-4

Reducir las barreras de acceso a mercados objetivo, ya sea de carácter arancelario o no arancelario



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-4.1 Aprovechamiento de Tratados de Libre Comercio y profundización de relaciones comerciales	Dirección de Integración Económica - MINCIT	✓	✓			
	PTP			✓		
	CASIC			✓		
	Industria					✓
MN-4.2 Gestionar la homologación de procedimientos, definiciones y formatos con la CAN, en el ámbito sanitario	INVIMA	✓	✓			
	Dirección de Integración Económica - MINCIT	✓	✓			
	PTP			✓		
	CASIC			✓		
	ANDI			✓		✓
	Industria				✓	✓
MN-4.3 Impulsar la migración a un sistema de inspección y vigilancia en el mercado, en los países de Centroamérica y el Caribe	INVIMA	✓				
	ANDI			✓		
	PTP			✓		
	CASIC	✓		✓		
	Dirección de Integración Económica - MINCIT			✓		
	Industria					✓

MN-4

Reducir las barreras de acceso a mercados objetivo, ya sea de carácter arancelario o no arancelario



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Número de horas dedicadas a la gestión	N/A	2032
Resultado	a) Número de actividades de gestión para profundización de las relaciones comerciales	a) Por definir	2032
	b) Número de sesiones de trabajo de la CAN	b) Mínimo 3 sesiones al año	2018
	c) Número de sesiones de trabajo realizadas con CASIC, la ANDI e INVIMA	c) Al menos 2 reuniones presenciales al año y 2 teleconferencias al mes	2032
Impacto	a) Incremento del volumen de exportaciones a mercados con TLC	a) Por definir	2032
	b) Incremento en el volumen de exportaciones a países con homologaciones efectuadas	b) Por definir	



Se identificaron las materias primas desgravadas, así como las pendientes por desgravación y que son críticas para la industria

Materias primas desgravadas	Materias primas agro que se solicita desgravar	Otras materias primas que se solicita desgravar
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sales de aminas grasas y catiónicos 2. Alcoholes grasos industriales 3. Polímeros de acetato de vinilo o de otros ésteres vinílicos y demás polímeros vinílicos, en formas primarias 4. Policriolato de sodio cuya capacidad de absorción de una solución acuosa de cloruro de sodio al 1%, sea superior o igual a 20 veces su propio peso, en formas primarias 5. Pasta química de madera de coníferas, semiblanqueada o blanqueada, a la sosa (soda) o al sulfato, excepto la pasta para disolver 6. Dodecibenceno 7. Fosfatos de calcio naturales, fosfatos aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas 8. Hidróxido de sodio (sosa o soda cáustica); hidróxido de potasio (potasa cáustica); peróxidos de sodio o de potasio 9. Derivados orgánicos de la hidrazina o de la hidroxilamina 10. Tapones, tapas y demás dispositivos de cierre 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente 2. Aceite de coco (de copra) y sus fracciones 3. Aceite de almendra de palma 4. Aceite de maíz y sus fracciones 5. Aceites esenciales agrios (naranja, limón, lima, cítricos) 6. Aceites esenciales no agrios (menta piperita, anís, eucalipto, lavanda, resinoides) 7. Aceite de soja y sus fracciones 8. Grasas y aceites vegetales 9. Mucilagos y espesativos derivados de los vegetales, incluso modificados 10. Sebo 11. Estearina solar, aceite de manteca de cerdo, oleostearina, oleomargarina y aceite de sebo, sin emulsionar, mezclar ni preparar de otro modo 12. Grasas y aceites animales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manitol 2. Ortoftalatos de dibutilo 3. Gelatinas y sus derivados 4. Ácidos grasos monocarboxílicos industriales; aceites ácidos del refinado 5. Preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de fundición; productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte 6. Bandejas, fuentes, platos, tazas, vasos y artículos similares, de papel o cartón

MN-5 Gestionar el desgrave de materias primas importadas, críticas para el sector

Objetivo

Facilitar el acceso a materias primas críticas para la industria

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
MN-5.1 Gestionar el desgrave de materias primas importadas, críticas para el sector														
Identificar las materias primas críticas para el sector, teniendo en cuenta aquellas con desgravación temporal y las materias primas agro		■				■				■				→
Identificar los soportes técnicos que justifiquen, en cada caso, la reducción o desgravación del arancel				■				■				■		→
Gestionar la desgravación de materias primas				■										→
Diseñar estrategias de comunicación para comunicar a la industria las modificaciones arancelarias						■								→

MN-5 Gestionar el desgrave de materias primas importadas, críticas para el sector

 Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-5.1 Gestionar el desgrave de materias primas importadas, críticas para el sector	Comité Triple A - MINCIT		✓		✓	
	ANDI	✓				
	PTP			✓		

 Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	Número de materias primas solicitadas para desgravación	Por definir	2032
Impacto	Porcentaje de ahorro de las empresas en las compras de materias primas desgravadas	Por definir	2032



En el marco de adhesión a la OCDE, la nación necesita definir un programa de para el manejo integral de residuos y reutilización de envases post-consumo

Contexto del proceso de adhesión

- El 24 de Septiembre de 2013, la OCDE estableció la hoja de ruta que determinaría el proceso de adhesión de Colombia a la organización
- En este documento, se estableció la evaluación técnica de algunos comités técnicos de la OCDE, para evaluar:
 - ✓ La voluntad y capacidad de Colombia para implementar los instrumentos legales de la OCDE
 - ✓ Las políticas y prácticas de Colombia en comparación con las mejores políticas y prácticas establecidas por la OCDE
- Algunos de los comités que evaluarán la gestión del país en el proceso de adhesión a la OCDE, son:

A Comité de Inversión

B Comité de Gobierno Corporativo

C Comité de Mercados Financieros

D Comité de Política Ambiental

E Comité Químico

F Otros

Principios básicos a evaluar

D Comité de Política Ambiental

- Aplicar el principio “quien contamina paga (PPP)” de forma que los costos por prevención y control de contaminación sean asumidos por los contaminadores y no el gobierno
- Promover el uso de instrumentos económicos para mejorar la asignación y el uso eficiente de los recursos naturales
- Llevar a cabo evaluaciones periódicas de eficacia ambiental y eficiencia económica
- Aplicar enfoques integrados para la prevención y control de la contaminación y para la gestión sostenible de los recursos naturales
- Asegurar que la generación de residuos, incluidos los residuos peligrosos, se reduce y que la disposición final se reduce al mínimo y es compatible con un manejo ambientalmente racional y eficiente
- Asumir un nivel similar de obligaciones ambientales como los aceptados por los países miembros de la organización

E Comité Químico

- Estar de acuerdo en la aceptación mutua de datos de conformidad con los principios de la OCDE de Buenas Prácticas de Laboratorio y directrices de examen y ejecución de pruebas
- Trabajar en la armonización de sus políticas de seguridad química con los de los países de la OCDE y fomentar la convergencia de los países no miembros, hacia los estándares establecidos

MN-6

Gestionar lineamientos normativos que regulen la disposición y aprovechamiento de envases y empaques post-consumo

Objetivo

Preparar a la industria nacional para impulsar un desarrollo económico sostenible, en el marco de la OCDE

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2016		2017				2018				2019				2020				2021				
		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
		MN-6.1 Gestionar el desarrollo del marco regulatorio de disposición y aprovechamiento de envases y empaques para la industria																						
Elaborar un comité interno (ANDI) en donde participen representantes de industrias usuarias de envases y empaques y actores de industrias de reciclaje		■																						
Realizar un estudio comparativo, con países de referencia, en donde se identifiquen puntos comunes en el marco normativo del manejo integral y reutilización de envases post-consumo		■	■																					
Realizar la gestión necesaria para construir el marco regulatorio para envases y empaques				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Socializar a la industria la normativa establecida																							■	■

MN-6

Gestionar lineamientos normativos que regulen la disposición y aprovechamiento de envases y empaques post-consumo



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-6.1 Gestionar el desarrollo del marco regulatorio de disposición y aprovechamiento de envases y empaques para la industria	ANDI			✓		
	Ministerio de Ambiente	✓	✓		✓	
	PTP			✓		
	Industria				✓	✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	Emisión de una propuesta normativa	Al menos 1 propuesta	2020
Impacto	Cobertura del programa	Por definir, de acuerdo a lo establecidende la norma	2020



Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad

Objetivo

Capacitar a la industria respecto a los beneficios y usos de los mecanismos de propiedad intelectual

Cronograma de trabajo

Actividad	Año		2016				2017				2018				2019				2020				2021			
	Trimestre		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																		
MN-7.1 Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad																										
Capacitar a los empresarios en propiedad intelectual																										
Gestionar boletines tecnológicos para el sector																										
Acompañar a las empresas del sector en la obtención de patentes u otros mecanismos de propiedad intelectual, ante la correspondiente autoridad competente																										

MN-7

Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
MN-7.1 Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad	PTP	✓				
	Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)	✓	✓			
	ANDI				✓	✓
	INVIMA				✓	✓
	Industria				✓	✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	2032
Resultado	a) Número de capacitaciones impartidas a los empresarios	a) Al menos 4, entre el 2017 y el 2021	a) 2021
	b) Número de boletines tecnológicos gestionados para el sector	b) Al menos 3	b) 2032
Impacto	a) Número de empresarios capacitados	a) Al menos 30, entre el 2017 y el 2021	a) 2021
	b) Número de empresas acompañadas en el proceso de obtención de patentes u otros mecanismos de propiedad intelectual	b) Al menos 1	b) 2032

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

C. Anexos



Cosméticos



Aseo



Absorbentes



Reformulación del Plan de Negocios. Plan de acción

En el eje de Fortalecimiento se identificaron 7 iniciativas de trabajo (1/2)

	Brechas	Línea de actuación	Iniciativa	Subsector
1 Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> Dificultad para desarrollar y potencializar la comercialización de productos con base en ingredientes naturales 	Desarrollar productos con ingredientes naturales	FT-1 <ul style="list-style-type: none"> Promover el desarrollo de proyectos demostrativos de aprovechamiento de ingredientes naturales, a través de: <ul style="list-style-type: none"> Centros de investigación Empresas tractoras PYMES del sector 	✓
			FT-2 <ul style="list-style-type: none"> Identificar y apalancar convenios o acuerdos de cooperación con entidades internacionales, para promover el desarrollo del sector 	✓
2 Marco Normativo	<ul style="list-style-type: none"> Bajo nivel de innovación en el desarrollo de productos, procesos y modelos de negocio del sector 	Fomentar la innovación en las empresas del sector	FT-3 <ul style="list-style-type: none"> Promover la innovación en las empresas del sector 	✓ ✓ ✓
3 Fortalecimiento	<ul style="list-style-type: none"> La industria local se limita al cumplimiento de normativa local Las pruebas requeridas no cumplen con el estándar internacional 	Elevar los estándares de calidad del sector	FT-4 <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y los actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales, en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad 	✓
4 Infraestructura y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Bajos niveles de consumo per cápita de productos del sector a nivel nacional, respecto a países de referencia 	Incrementar el consumo per cápita de productos del sector	FT-5 <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar estrategias sectoriales para incrementar el consumo per cápita nacional de categorías de productos con potencial a través de campañas publicitarias y el uso de sellos nacionales 	✓ ✓ ✓

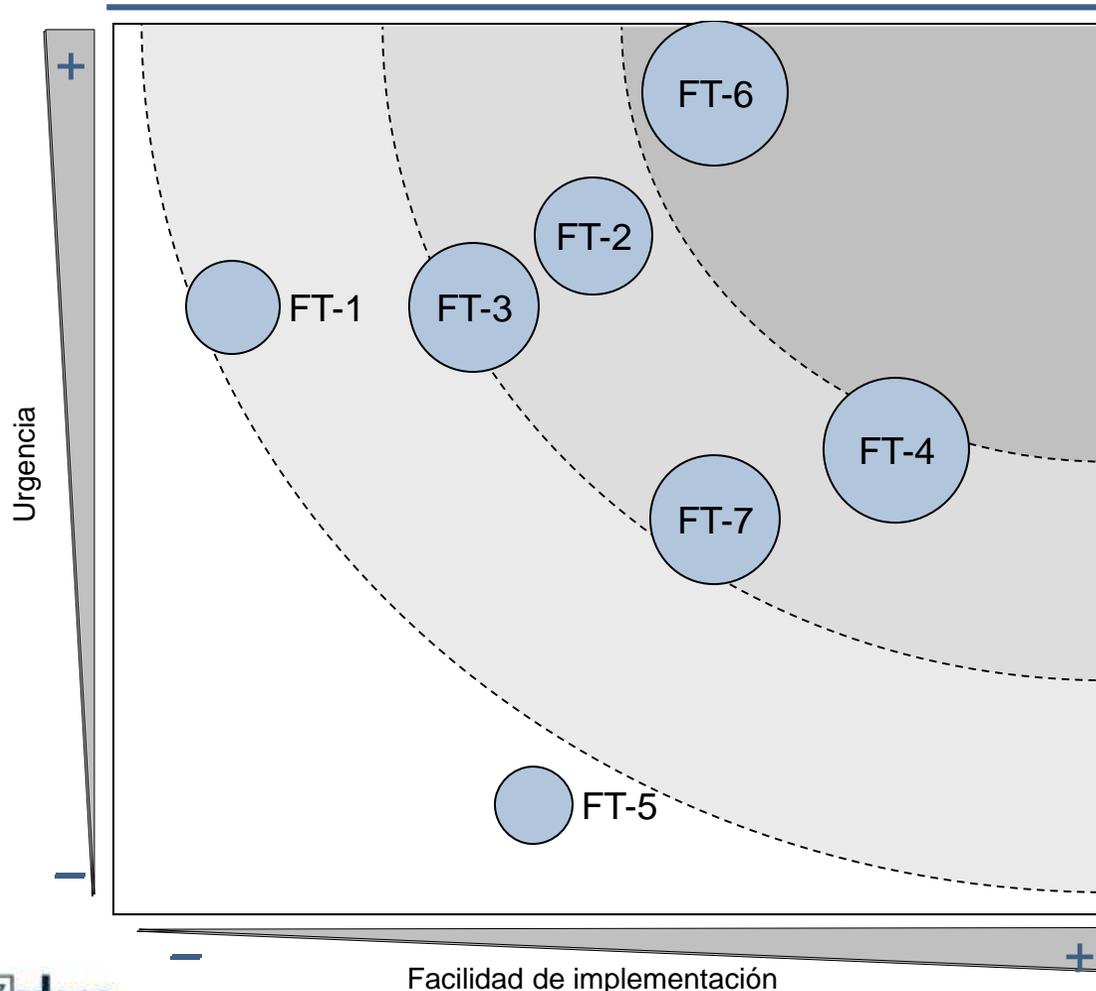


En el eje de Fortalecimiento se identificaron 7 iniciativas de trabajo (2/2)

	Brechas	Línea de actuación	Iniciativa	Subsector
<p>1</p> <p>Capital Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> Las materias primas naturales, químicas, envases y empaques utilizados por la industria, son en su mayoría, importados 	<p>Promover encadenamientos productivos</p>	<p>FT-6</p> <ul style="list-style-type: none"> Propiciar encadenamientos para fortalecer los eslabones productivos del sector en Colombia, principalmente para: <ul style="list-style-type: none"> Materia prima química Materia prima natural Envases y empaques 	<p>✓ ✓ ✓</p>
<p>2</p> <p>Marco Normativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> La tasa de productividad del sector se sitúa a la mitad de los referentes internacionales 	<p>Incrementar la productividad empresarial</p>	<p>FT-7</p> <ul style="list-style-type: none"> Promover la asistencia técnica para la implementación de metodologías de incremento de productividad en empresas del sector 	<p>✓ ✓ ✓</p>
<p>3</p> <p>Fortalecimiento</p>				
<p>4</p> <p>Infraestructura y sostenibilidad</p>				

El desarrollo de encadenamientos para fortalecer los eslabones productivos del sector en Colombia y el fortalecimiento de las capacidades locales en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, son las actividades con mayor urgencia y facilidad de implementación para el sector

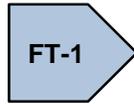
Valoración de cada iniciativa



- Propiciar los **encadenamientos de eslabones productivos del sector en Colombia**, principalmente para materias primas químicas y naturales, envases y empaques, es la iniciativa que representa mayor urgencia e impacto para el sector (FT-6)
- La siguiente actuación de mayor interés para la Industria, es el **fortalecimiento de las capacidades de locales en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad**, bajo la cual se busca capacitar a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y la industria (FT-4)

Impacto:

- Alto – Incremento en las ventas o reducción de costos > 10%
- Bajo – Incremento en las ventas o reducción de costos < 5%



Promover el desarrollo de proyectos demostrativos de aprovechamiento de ingredientes naturales

Objetivo

Impulsar el aprovechamiento de ingredientes naturales de la biodiversidad colombiana, ya sea a partir de la comercialización del ingrediente como materia prima o como componente activo de productos cosméticos

Cronograma de trabajo

Actividad	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
FT-1.1 Identificar un ingrediente natural de la biodiversidad Colombiana, para desarrollar un proyecto demostrativo de aprovechamiento																	
Identificar a partir de las necesidades de mercado, un ingrediente natural de la biodiversidad colombiana, con propiedades cosméticas																	
Elaborar las fichas técnicas del ingrediente natural y promover su inclusión en la lista INCI, de ser necesario																	
Brindar acompañamiento a las empresas productoras en la gestión de contratos para acceso al recurso genético o permisos de aprovechamiento de recursos forestales no maderables (de ser el caso), así como el acceso a fuentes de financiación del Gobierno																	
Desarrollar estrategias de producción en masa del ingrediente natural, que garanticen la calidad de exportación y uso del ingrediente en productos cosméticos																	
Formular y materializar la implementación de un proyecto demostrativo																	
Socializar con la industria la metodología de trabajo y los resultados del proyecto, con el fin de fomentar la replicación del mismo en la industria nacional																	
Formulación y materialización de otros proyectos demostrativos																	

FT-1

Promover el desarrollo de proyectos demostrativos de aprovechamiento de ingredientes naturales

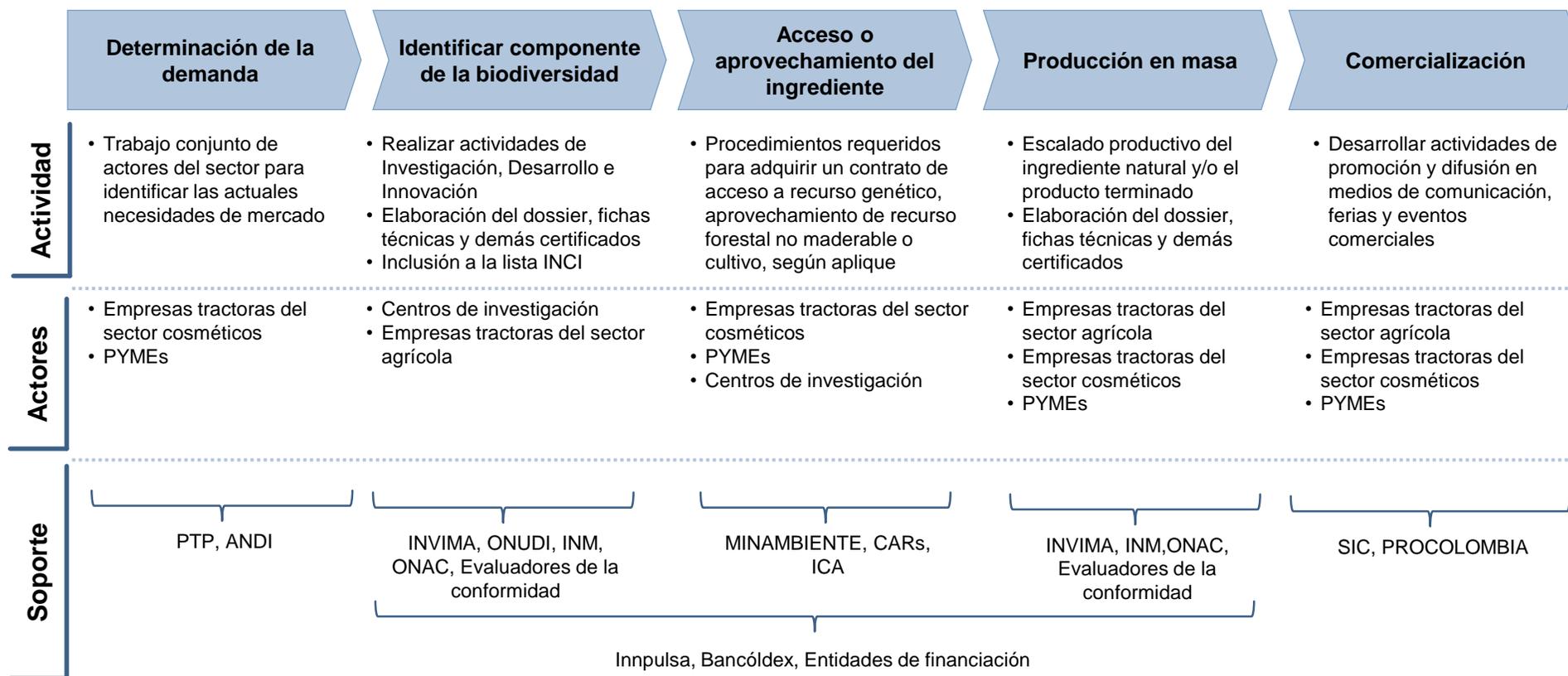
Actores involucrados

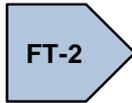
Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-1.1 Identificar un ingrediente natural de la biodiversidad Colombiana, para desarrollar un proyecto demostrativo de aprovechamiento	PTP	✓		✓		
	PYME del sector cosméticos	✓				
	Empresa tractora del sector cosméticos	✓				
	Empresa o asociación productora del ingrediente	✓				
	Centros de investigación nacionales e internacionales				✓	
	MINAMBIENTE, MINAGRICULTURA, INVIMA, ONUDI, CAR, Innpulsa, Colciencias y Entidades regionales				✓	✓
	Industria					
	Ciústers del sector			✓		

Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos requeridos	Entre USD 550.000 y USD 1.000.000 por proyecto	N/A
Resultado	a) Número de ingredientes con fichas técnicas elaboradas	a) Al menos 1	a) 2021
	b) Número de ingredientes naturales incluidos en el listado INCI (en caso de comercializar un ingrediente natural no registrado en la nomenclatura INCI)	b) Al menos 1 ingrediente incluido en la lista INCI	b) 2021
	c) Número de Notificaciones Sanitarias Obligatorios (NSO) emitidas para productos que incluyan el ingrediente natural en su formulación (en caso de comercializar un producto final)	c) Al menos 3 NSO de productos finales	c) 2029
Impacto	a) Exportaciones del ingrediente natural como materia prima o ventas de los productos que incluyen el ingrediente natural en su formulación	a) Por definir	a) 2032

Se propone desarrollar un proyecto piloto en el que se identifique al menos una materia prima de la biodiversidad colombiana, para promover su comercialización como componente activo o a través de un producto terminado





Identificar y apalancar convenios o acuerdos de cooperación con entidades internacionales, para promover el desarrollo del sector

Objetivo

Impulsar la transferencia de conocimiento, a través de convenios o acuerdos de cooperación con entidades de referencia internacional, para impulsar procesos de investigación, participación en ferias o congresos, formación académica, ejecución de proyectos conjuntos, que faciliten el desarrollo de productos con ingredientes naturales

Cronograma de trabajo

Actividad	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FT-2.1 Identificar y/o reactivar acuerdos con entidades de referencia internacional para promover el desarrollo del sector								
Validar la viabilidad de reactivar o firmar nuevos convenios o acuerdos de cooperación con entidades internacionales referentes relacionadas con el sector		→						
Definir líneas específicas de acción para garantizar el efectivo aprovechamiento de los convenios o acuerdos firmados			→					
Promover y socializar las líneas de acción identificadas, para impulsar la participación de la industria				→				

FT-2

Identificar y apalancar convenios o acuerdos de cooperación con entidades internacionales, para promover el desarrollo del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-2.1 Identificar y/o reactivar acuerdos con entidades de referencia internacional para promover el desarrollo del sector	ANDI	✓	✓			
	Entidades internacionales relacionadas con el sector		✓		✓	
	Entidades de Gobierno	✓	✓			
	Industria				✓	✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Tiempo dedicado a la gestión	N/A	N/A
Resultado	Número de acuerdos firmados	Mínimo 2 acuerdos	2032
Impacto	Número de actividades de cooperación llevadas a cabo	Mínimo 15 actividades	2032



Es necesario involucrar procesos de innovación que permitan la generación de cultura y metodologías internas en las empresas del sector, que permitan avanzar en la gestión de relaciones con el entorno para el aprovechamiento de sinergias e intercambio de conocimiento

I+D+i por parte de cada empresa

Internamente, las empresas deben prepararse para **abordar el proceso de cambio** que trae consigo la innovación, teniendo en cuenta los siguientes elementos:

- Sensibilización y **generación de cultura de la innovación al interior de cada Empresa**, para integrarla como una actividad cotidiana
- Formalización el **compromiso de la alta dirección con la innovación**
- Designación de **responsable(s) que promuevan y lideren la innovación** en la empresa
- Identificación de **necesidades y oportunidades de innovación internas y externas** según tendencias sectoriales nacionales e internacionales
- Favorecer la **creatividad y generación de ideas de innovación** en las empresas.

Desarrollo de procesos de innovación abierta

La innovación abierta implica la **ampliación de las fronteras internas de las Empresas**, para avanzar en el **trabajo colaborativo con terceros** para el intercambio de información, networking y cooperación nacional e internacional en materia de investigación. Algunos actores clave en el ecosistema de innovación abierta para el sector, son:

- **Empresa tractoras**
- **Academia y centros de formación**
- **Centros de Investigación y laboratorios**
- **Entidades de Cooperación Internacional**
- **Proveedores**
- **Agremiaciones del sector y entidades públicas promotoras**



Herramientas para la innovación abierta

- **Convenios** con entidades promotoras de la I+D+i a nivel nacional e internacional
- **Plataformas de innovación** que permiten la integración de la demanda y oferta de innovación
- Modelos de gestión y **mejoramiento de relaciones con proveedores**
- Procesos de **Compras Innovadoras** como herramienta para materializar la innovación en las empresas a través de las compras

La multinacional fabricante de cosméticos y productos de higiene y belleza más grande de Brasil, Natura, representa un caso de éxito en producción sustentable e innovación para el desarrollo de productos con base en ingredientes naturales

La sustentabilidad en Natura



Natura ha desarrollado su **Visión de Sustentabilidad a 2050**, soportada en el interés de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, fortalecer las relaciones con las comunidades agroextractivistas en Brasil y desarrollar mecanismos para la justa remuneración de sus servicios y de los activos de la biodiversidad.

Ha desarrollado un método de producción sustentable para la extracción de ingredientes naturales de manera responsable, trabajando con las comunidades locales para promover la eco-innovación en el ciclo de vida de los productos

Marca de Natura basada en ingredientes naturales

En 2010 creó la marca **EKOS**, como un nuevo modelo de negocio enfocado a la inclusión de comunidades locales, distribuyendo beneficios por el acceso al patrimonio genético y conocimiento tradicional autóctono, apuntando al fortalecimiento de cadenas productivas de la biodiversidad.

Los productos se desarrollan con base en principios activos de ingredientes naturales, para:



- Masajes, Cuerpo, manos y pies: Cremas, aceites, pulpas hidratantes, jabones (líquidos, exfoliantes, hidratantes, en barra)
- Cabellos: Shampoo, acondicionador, tratamientos reconstructivos, cremas para peinar
- Perfumería: Colonias, perfumes, esencias

Ingredientes naturales empleados para el desarrollo de los productos de Natura EKOS

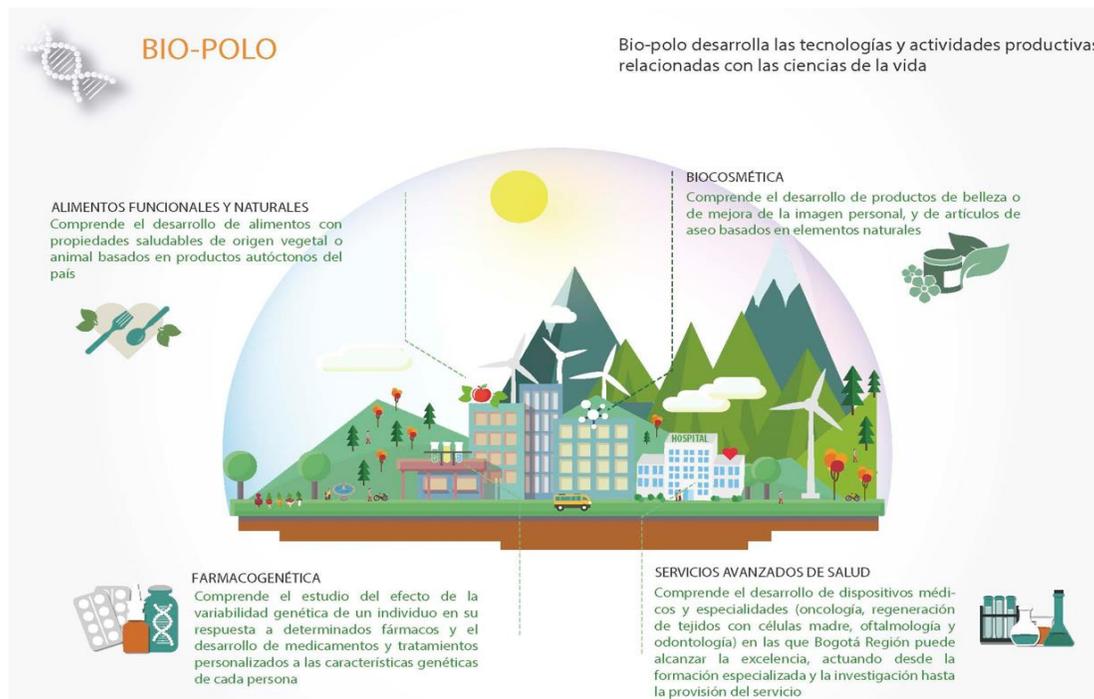
- Andiroba: Hidratante y emoliente de la piel y el cabello seco.
- Açaí: Hidratante y emoliente natural, antioxidante y anti-inflamatorio
- Burití: Aceite antioxidante e hidratante natural para cabello y piel
- Cacao: Suavizante, reafirmante y antioxidante de la piel
- Capitiú: Planta aromática con aceite esencial dulce
- Castaña: Activos vegetales para la nutrición e hidratación de la piel
- Maracuyá: Hidratante, revitalizador y reparador de la piel y el cabello
- Mate Verde: esencia aromática con fragancia cítrica para perfumes para hombre
- Murumuru: Protector de la piel para conservar su humedad
- Pitanga: Aceite esencial aromático de fruto cítrico, para cremas, aceites, jabones

El sector se ha trazado metas importantes dentro de la Estrategia de Especialización Inteligente de Bogotá Región, en una de sus áreas denominada Bio-Polo, incluyendo la Bio-cosmética como uno de sus nichos de especialización, intensivos en innovación e investigación aplicada

Bio-Polo se enfoca en el desarrollo de actividades relacionadas con las ciencias de la vida y de la biotecnología, cuyos procesos productivos guardan una estrecha relación con la generación, transformación y utilización de recursos naturales y que generalmente tienen cadenas de valor relacionadas. El nicho de **Bio-Cosmética**, tiene como objetivo el **desarrollo de productos de belleza o mejora de la imagen personal, y de artículos de aseo basados en elementos naturales.**

Las actividades productivas y tecnologías asociadas a la Bio-cosmética son:

Actividades Productivas	Tecnologías
<ul style="list-style-type: none"> • Bioinsumos: productos para uso agropecuario basados en microorganismos • Fabricantes de perfumes, preparados de tocador, productos de belleza • Comercializadores: comercio mayorista y minorista 	<ul style="list-style-type: none"> • Biotecnología: ingeniería genética para mejoramiento de cepas, cultivo de microorganismos • TIC: analítica avanzada • Nanotecnología: materiales bioactivos



Tendencias socioeconómicas con impacto en el Bio-Polo en el ámbito de la química cosmética

- Tendencia de los consumidores hacia productos con ingredientes naturales y orgánicos (química verde)
- Aumento de la nanotecnología en los sectores químicos, incluyendo materiales compuestos, revestimientos y materiales exóticos (pinturas y cosméticos)
- Mayor conciencia de los consumidores por la salud, lo que contribuye a desarrollar productos cosméticos con efectos terapéuticos y/o medicinales



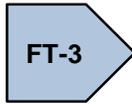
Dos de los proyectos de Bio-Polo, apuntan al fortalecimiento productivo e investigativo del sector cosméticos y aseo con relación al desarrollo de productos con ingredientes de la biodiversidad colombiana

1. Centro de I+D para desarrollo de productos a partir de especies autóctonas

- **Objetivo:** Creación de un centro de I+D, que permita conseguir productos con propiedades diferenciales, con un fuerte componente de investigación, de forma que sean conformes con las exigencias de certificación y pruebas de laboratorio requeridas por la regulación sectorial de Colombia y de los mercados de exportación a los que vayan destinados.
- **Sectores y tecnologías:** Sectores productores de materias primas, industria de transformación agroindustrial y sector hortofrutícola (especialmente en investigación de nuevas variedades y recuperación y mejora de variedades autóctonas). Las tecnologías se centrarían en la producción de nuevos productos, tecnologías de procesamiento y tecnologías de análisis agroalimentario.
- **Justificación:** La vinculación de la investigación con los procesos de ensayo y certificación suponen un cambio en la forma de entender el desarrollo de nuevos productos de base tecnológica que va desde las fases de conceptualización hasta su comercialización. La falta de centros integrales de este tipo está limitando actualmente el desarrollo de este nicho que se prevé de alto potencial e interés para Colombia en general y Bogotá en particular.
- **Plazo estimado de ejecución:** 25 meses

2. Programa de bio-prospección de la plataforma biológica del país

- **Objetivo:** Impulsar líneas de I+D orientadas a desarrollar nuevos productos a partir de la exploración sistemática de la biodiversidad nacional, apuntando a la identificación y análisis de compuestos existentes en la plataforma biológica del país para su aplicación a diferentes industrias que componen el Bio-polo.
- **Sectores y tecnologías:** Sector agrícola-agroindustrial, farmacéutico y cosmético. Las tecnologías fundamentalmente centradas en Biotecnología.
- **Justificación:** El empleo de la bioprospección a partir del conocimiento y uso sostenible de la biodiversidad, permitirá el desarrollo de sectores clave de Bogotá Región mediante la generación de soluciones o productos innovadores que aporten valor agregado a las cadenas de producción. La biodiversidad de Colombia es una de sus principales ventajas comparativas y su aprovechamiento puede posicionar a Bogotá Región en las cadenas de valor globales de actividades relacionadas con las ciencias de la vida.
- **Plazo estimado de ejecución:** 15 meses



Promover la innovación en las empresas del sector

Objetivo

Promover la generación de capacidades para la innovación en las empresas del sector que permitan incentivar el desarrollo de productos con base en ingredientes naturales y aumentar la competitividad de la industria

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				2020				2021				2022				2023							
		Q1	Q2	Q3	Q4																												
FT-3.1 Implementar proyectos para el mejoramiento de las capacidades en innovación en las empresas del sector																																	
Identificar las brechas de innovación en el sector y formular las oportunidades de mejora para contrarrestarlas		■																■												→			
Desarrollar actividades de capacitación en metodologías y procesos que permitan disminuir las brechas de innovación identificadas		■																■												→			
Promover la implementación de proyectos de fortalecimiento de la innovación en la industria						■												■												→			
Realizar seguimiento y control periódico, a los proyectos implementados										■																■				→			

FT-3

Promover la innovación en las empresas del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-3.1 Implementar proyectos para el mejoramiento de la capacidades en innovación en las empresas del sector	ANDI	✓	✓			
	PTP	✓				
	Industria	✓				✓
	Innpulsa			✓		
	Clústers del sector			✓		



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	COP 15.000.000 por empresa	N/A
Resultado	Número de empresas participantes en proyectos de fortalecimiento de la innovación	Al menos 10 empresas cada 4 años, a partir de 2017	2032
Impacto	Proyectos de innovación formulados	Al menos 10 proyectos de innovación en total	2032



Los actores de calidad nacionales deben fortalecerse para cumplir estándares de calidad de mercados objetivo y, así mismo, ganar reconocimiento internacional

Actores involucrados	Problemática	Alternativas
<p>Actores del Sistema Nacional de Calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> Las capacidades de los actores que integran el Sistema Nacional de Calidad, no son reconocidas a nivel internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Reforzar las capacidades del Instituto Nacional de Metrología (INM), del Organismo Nacional de Acreditación (ONAC) y del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), principalmente, para cumplir con estándares internacionales
<p>Evaluadores de la conformidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ejecutan pruebas específicas que validan los efectos primarios y secundarios de materias primas y productos terminados, como irritabilidad, eficacia y seguridad, pero con altos costos de acceso y sin validez internacional Baja oferta de laboratorios que desarrollan pruebas específicas La demanda de dichas prueba depende de la vocación exportadora de cada empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Propender por la adopción de Buenas Prácticas de Laboratorio con reconocimiento internacional, por parte de los laboratorios nacionales Capacitar los evaluadores nacionales para el desarrollo de servicios de ensayos, inspección y certificación bajo estándares internacionales
<p>Industria</p>	<ul style="list-style-type: none"> Las capacidades locales para la explotación y aprovechamiento de ingredientes naturales son bajas La producción local no cumple con los estándares de calidad requeridos para alcanzar mercados internacionales o para incluir ingredientes naturales como componentes activos en productos cosméticos 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación a la industria en el cumplimiento de normas técnicas voluntarias, reglamentos técnicos y mejores practicas internacionales



A nivel global, la industria cosmética utiliza acreditaciones internacionales voluntarias, como un instrumento que facilita el acceso a mercados objetivo

Normatividad voluntaria estándar para toda la cadena de valor

Normas de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al familia de normas ISO 9000 • Contiene las directrices para establecer Sistemas de Gestión de Calidad en cualquier tipo de industria
Normas de gestión medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al familia de normas ISO 14000 • Contiene las directrices para establecer Sistemas de Gestión Ambiental en cualquier tipo de industria
Normas de responsabilidad social corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al familia de normas ISO 26000 y a la norma ONR 192500 • Guía para aclarar y definir las mejores prácticas de responsabilidad social empresarial
Informes de sostenibilidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde norma GOF47 • Contiene las directrices para la medición y divulgación de información de sostenibilidad en informes empresariales
Sello de sostenibilidad CSE	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que certifica la gestión empresarial responsable, con base en la ecología, la sociedad y la economía • El sello puede ser utilizado como marca distintiva en los productos producidos por la empresa certificada
Cradle to Cradle	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que certifica a los producto diseñados y fabricados a través de procesos de mejora continua, en términos de calidad, sanidad, reutilización de materiales, uso de energía renovable, consumo de agua y justicia social • Tiene cuatro categorías de calificación del producto, dependiendo del nivel de logro obtenido por componente
Hoja de ruta para la sostenibilidad – CERES	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra cuáles son y cómo se deben cumplir, las 20 estrategias que debe cumplir un negocio sostenible, a través de su cadena de operaciones

Normatividad específica para ingredientes y cosméticos de origen natural y orgánico

NSF / ANSI 305	<ul style="list-style-type: none"> • Norma americana, creada en el 2009, que define los requisitos de producción y etiquetado de los productos para el cuidado personal que contienen ingredientes orgánicos • Válida a nivel internacional
COSMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que certifica los productos terminados, cadena de valor y materias primas utilizada en la producción de cosméticos comercializados como orgánicos o naturales • Válido a nivel internacional
NATRUE	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que certifica la calidad de los cosméticos respecto al uso de ingredientes naturales o ecológicos • Se basa en la norma ISO 17011 • Válido a nivel internacional
EU Ecolabel	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que ayuda a identificar los productos y servicios que tienen un impacto ambiental mínimo durante todo su ciclo de vida, partiendo desde la extracción de la materia prima hasta la producción, uso y disposición final • Válido en la Unión Europea
Cosmebio	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que garantiza que los productos cosméticos cumplen con las normas ambientales establecidas y que sus componentes son realmente orgánicos • Válido en Francia
BDIH	<ul style="list-style-type: none"> • Sello que certifica cosméticos naturales elaborados a partir de materia prima natural y materiales de cultivo biológico controlado o recolección silvestre controlada, además del impacto ecológico del producto • Válido en Alemania

FT-4

Fortalecer a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y los actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales, en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad

Objetivo

Preparar a los actores del Sistema Nacional de Calidad (ONAC, INM, INVIMA), a los evaluadores de la conformidad y a la industria nacional del sector cosméticos, para garantizar el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, que generen reconocimiento internacional de las capacidades locales

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2016				2017				2018	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
FT-4.1 Fortalecer las capacidades de los actores del Sistema Nacional de Calidad											
Apoyar a entidades del sistema nacional de calidad para obtener el reconocimiento internacional de BPL, a través del diseño de un programa de monitoreo en el país		←									
Fortalecer la capacidad técnica del ONAC para proveer servicios de acreditación		←									
Capacitar y entrenar personal técnico del ONAC, el INM y el INVIMA basado en una estructura curricular o mejores prácticas reconocidas internacionalmente		←									
Apoyar al INM en el diagnóstico de necesidades y fortalecimiento de las capacidades para ofrecer Materiales de Referencia		←									
Apoyar al ICONTEC para que, en coordinación con el sector, desarrolle actividades de normalización		←									
Promover el papel, el mandato y los servicios ofrecidos por el Sistema Nacional de Calidad por medio de una campaña de sensibilización											

FT-4

Fortalecer a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y los actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales, en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad

Objetivo

Preparar a los actores del Sistema Nacional de Calidad (ONAC, INM, INVIMA), a los evaluadores de la conformidad y a la industria nacional del sector cosméticos, para garantizar el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, que generen reconocimiento internacional de las capacidades locales

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2016				2017				2018			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
FT-4.2 Fortalecer las capacidades de los evaluadores de la conformidad a nivel nacional													
A través de un programa técnico de apoyo, preparar al menos tres (3) evaluadores de conformidad nacionales para que estén listos para ser acreditados ante el ONAC, con reconocimiento internacional		←											
A través de un programa técnico de apoyo, preparar al menos un (1) laboratorio nacional para presentar solicitud de reconocimiento de BPL		←											
FT-4.3 Fortalecer las capacidades de los actores de la cadena productiva													
En cooperación con ICONTEC identificar las normas internacionales de calidad, privadas y de sostenibilidad, relevantes para la cadena productiva de ingredientes naturales y cosméticos		←											
A través de un programa de apoyo, capacitar al menos a cincuenta (50) miembros clave de la cadena productiva en el cumplimiento de normas, reglamentos técnicos, mejores prácticas, producción y técnicas de manejo		←											
Implementar un programa piloto para al menos cinco (5) PYMES del sector, para brindar asistencia técnica en el desarrollo y mejoramiento de fichas técnicas de ingredientes naturales		←											
Fortalecer los servicios de PROCOLOMBIA en materia de cumplimiento de requerimientos de mercado y normas internacionales de calidad													
Entrenar y calificar al menos quince (15) personas, para la prestación de servicios de consultoría y capacitación a los miembros de la cadena productiva		←											

FT-4

Fortalecer a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y los actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales, en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-4.1 Fortalecer las capacidades de los actores del Sistema Nacional de Calidad	PTP, MINCIT – Dirección de Regulación	✓	✓			
	ONUDI	✓				
	SECO	✓				
	ICONTEC			✓		
	INVIMA, Instituto Nacional de Metrología (INM), Organismo Nacional de Acreditación (ONAC)				✓	✓
FT-4.2 Fortalecer las capacidades de los evaluadores de la conformidad a nivel nacional	PTP, MINCIT – Dirección de Regulación	✓	✓			
	ONUDI	✓				
	SECO	✓				
	ONAC			✓		
	Evaluadores de la conformidad nacionales				✓	✓
FT-4.3 Fortalecer las capacidades de los actores de la cadena productiva	PTP	✓	✓			
	ONUDI	✓				
	SECO	✓				
	Actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales				✓	✓
	ICONTEC			✓		
	Procolombia				✓	✓

FT-4

Fortalecer a los actores del Sistema Nacional de Calidad, los evaluadores de la conformidad y los actores de la cadena productiva de cosméticos e ingredientes naturales, en el cumplimiento de estándares internacionales de calidad



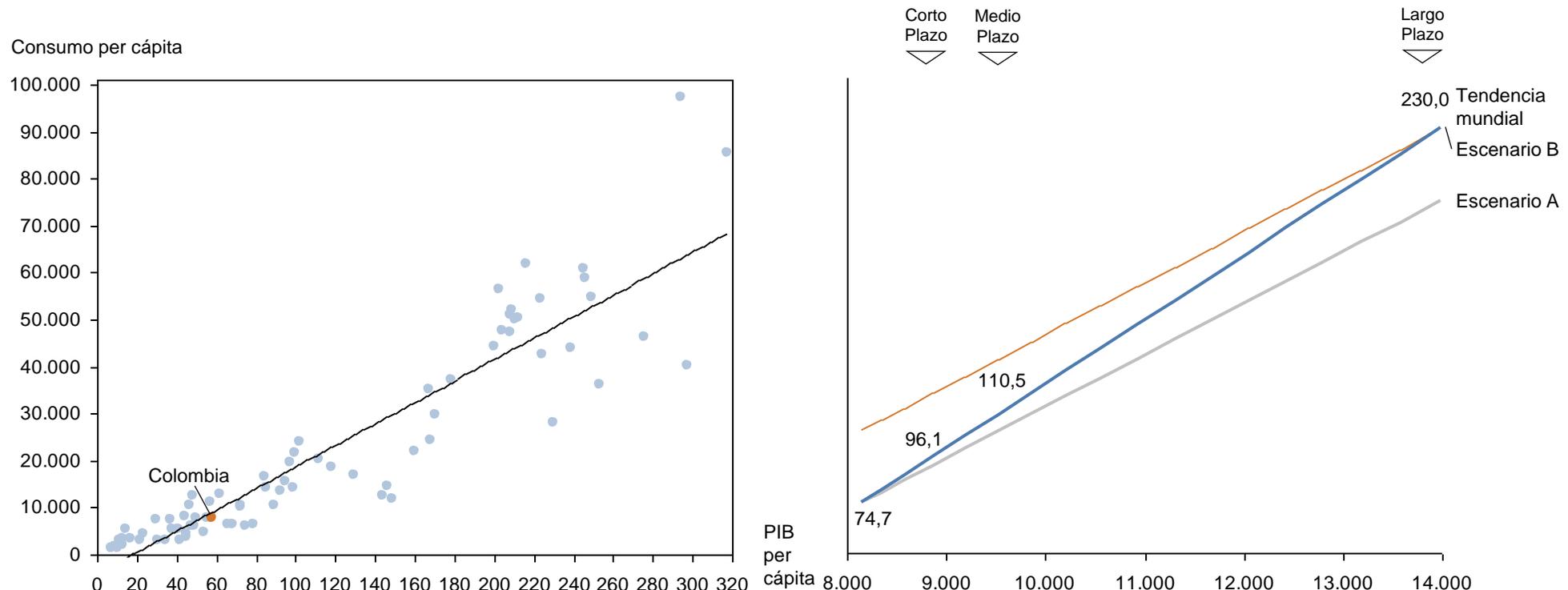
Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	USD 2.700.000	2018
Resultado	<ul style="list-style-type: none"> a) Número de personas capacitadas en la ONAC b) Número de personas capacitadas en el INM c) Número de personas capacitadas en el INVIMA d) Número de personas capacitadas en PROCOLOMBIA e) Número de consultores entrenados y calificados f) Número de documentos de normalización presentados g) Número de evaluadores de conformidad listos para ser acreditados h) Número de laboratorios listos para presentar solicitud de reconocimiento de BPL i) Número de miembros capacitados en la cadena productiva j) Número PYMES participantes en el programa piloto k) Número de fichas técnicas desarrolladas o mejoradas 	<ul style="list-style-type: none"> a) Al menos 20 b) Al menos 10 c) Al menos 10 d) Al menos 10 e) Al menos 15 f) Al menos 4 g) Al menos 3 h) Al menos 1 i) Al menos 50 j) Al menos 5 k) Al menos 5 	2018
Impacto	<ul style="list-style-type: none"> a) Incremento anual en las exportaciones de cosméticos colombianos b) Incremento anual en el número de empleos del sector cosméticos c) Incremento anual en el valor agregado del sector cosméticos 	<ul style="list-style-type: none"> a) Al menos 10% anual b) Al menos 4% anual c) Al menos 10% anual 	2018



El consumo per cápita de productos cosméticos se encuentra por debajo del valor esperado teniendo en cuenta los actuales niveles de renta y la tendencia mundial...

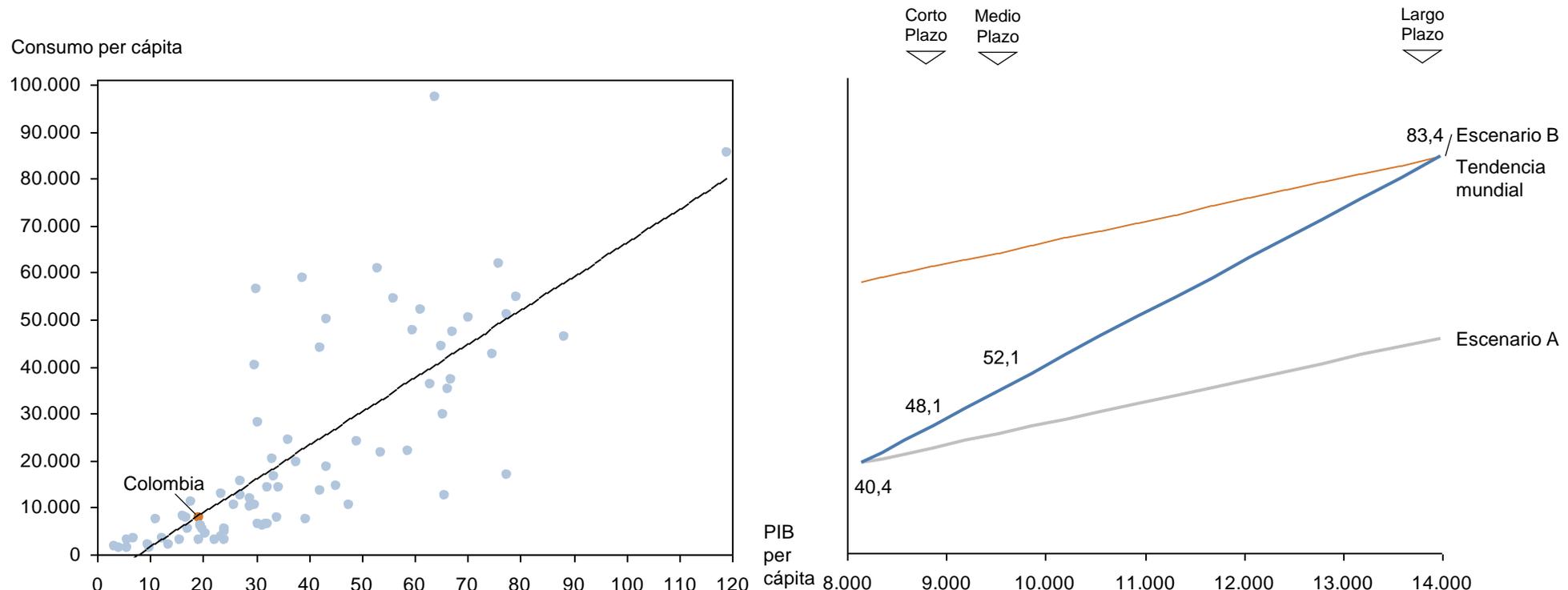
Línea de correlación consumo per cápita vs PIB por país, para subsector cosméticos
(2015 a 2032; miles de COP\$)



- El consumo per cápita de productos cosméticos en Colombia a 2015, se encuentra alrededor de 74,7 miles de COP, por debajo del nivel de tendencia mundial con relación al PIB per cápita
- Se plantea como objetivo a 2032, incrementar el consumo a 230,0 miles de COP, teniendo en cuenta las proyecciones de crecimiento del PIB per cápita

... al igual que el consumo per cápita de productos de aseo...

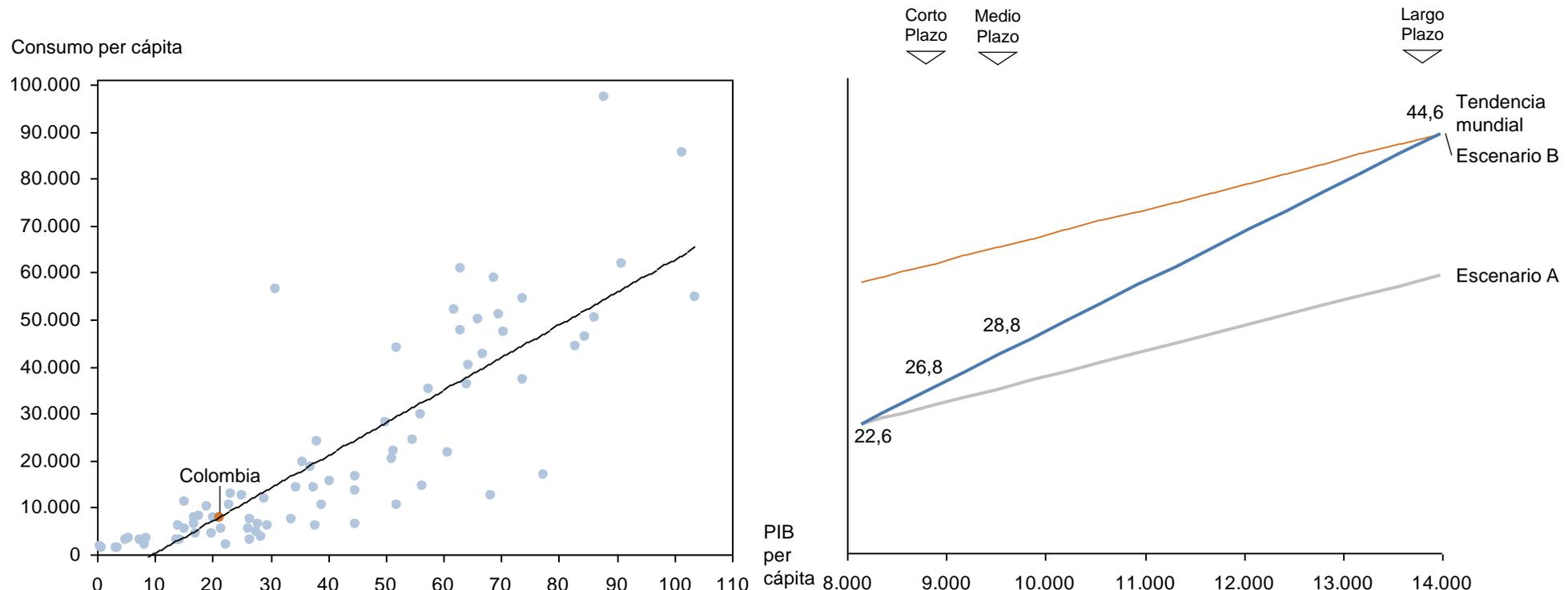
Línea de correlación consumo per cápita vs PIB por país, para subsector aseo
(2015 a 2032; miles de COP\$)



- El consumo per cápita de productos de aseo en Colombia a 2015, se encuentra alrededor de 40,4 miles de COP, por debajo del nivel de tendencia mundial con relación al PIB per cápita
- Se plantea como objetivo a 2032, incrementar el consumo a 83,4 miles de COP, teniendo en cuenta las proyecciones de crecimiento del PIB per cápita

...y que el consumo per cápita de productos absorbentes

Línea de correlación consumo per cápita vs PIB por país, para subsector absorbentes
(2015 a 2032; miles de COP\$)



- El consumo per cápita de productos absorbentes en Colombia a 2015, se encuentra alrededor de 22,6 miles de COP, por debajo del nivel de tendencia mundial con relación al PIB per cápita
- Se plantea como objetivo a 2032, incrementar el consumo a 44,6 miles de COP, teniendo en cuenta las proyecciones de crecimiento del PIB per cápita



Las estrategias de promoción de categorías de productos con potencial de crecimiento, representan un mecanismo para impulsar el consumo local...





...para lo cual, se proponen el uso drivers de salud, moda, cultura entre otros; y la asociación con distribuidores de grandes superficies

Driver	Alternativa	Categorías con potencial
<p>Promover el consumo de productos apalancando las propiedades para el cuidado de la salud, higiene, moda, cultura, entre otros</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar campañas publicitarias sectoriales que fomenten el uso de productos para prevenir enfermedades <ul style="list-style-type: none"> ✓ Énfasis en grupos de interés o instituciones públicas que requieran el uso frecuente de este tipo de productos ✓ Identificar a categorías de productos complementarias; por ejemplo, crema de dientes, seda dental y enjuague bucal ✓ Uso de medios de comunicación masivos como la televisión y las redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bloqueador y cremas con protección solar ✓ Repelentes • Productos de cuidado personal <ul style="list-style-type: none"> ✓ Jabón ✓ Enjuague bucal • Productos para el cuidado de la ropa
<p>Establecer acuerdos con distribuidores de grandes superficies para desarrollar productos para la base de la pirámide a través de marcas institucionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar marcas blancas para distribuidores de grandes superficies reconocidos a nivel nacional <ul style="list-style-type: none"> ✓ Supermercados (Éxito, Carrefour, Olímpica) ✓ Distribuidores de belleza (Fedco, La Riviera) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de la piel • Cosméticos de color • Papel higiénico • Cuidado de la ropa

El desarrollo de marcas blancas en cosméticos, es una estrategia para el incremento de la participación en el mercado, tal y como se evidencia en el caso de Mercadona

Datos Generales

MERCADONA es una compañía de supermercados creada en 1977 que atiende los segmentos de alimentación, higiene personal y cuidado del hogar y mascotas.



Presencia en 17 Comunidades Autónomas en España.



14,7% del total de ventas de la distribución organizada en España



75.000 trabajadores



Facturación de 20.831 millones de euros en 2015



1.584 supermercados (16/05/2016)



Más de 2000 proveedores comerciales y de servicios

El modelo de Productos Recomendados

A partir de 1996, Mercadona inició la implementación de su modelo de “Producto Recomendado”, como un mecanismo para el desarrollo de marcas propias, producidas por sus mejores fabricantes con quienes ha consolidado relaciones de largo plazo, denominándolos **Interproveedores**. Las marcas propias que ha desarrollado son:

- **HACENDANDO:** Productos alimenticios
- **COMPY:** Productos alimenticios para mascotas
- **DELIPLUS:** Productos cosméticos y de cuidado personal
- **BOSQUE VERDE:** Productos para el aseo del hogar



Actualmente cuenta con 125 fabricantes interproveedores. En 2014 creó el Grupo de Trabajo de Interproveedores de Cosmética (GTIC)

Marca blanca en cosméticos y cuidados personales

La línea DELIPLUS ofrece gran variedad de productos de alta calidad a precios económicos

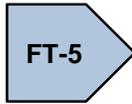
- Maquillaje: Polvos, lápiz de labios, sombras
- Higiene: Gel limpiador, de ducha y regenerante, toallitas limpiadoras, desodorantes, jabón natural de glicerina
- Limpieza de la piel: Toallitas exfoliantes y limpiadoras, gel de ducha exfoliante, esponjas para masajes, cremas regeneradoras
- Hidratación corporal: Cremas reparadoras, nutritivas y de efecto bronceado
- Tratamientos de la piel: Hidratantes, mascarillas, gel
- Estética: Anticelulíticos
- Línea para bebés: Cremas protectoras

Marca blanca en productos para el aseo del hogar

La línea BOSQUE VERDE se enfoca en el desarrollo de soluciones para la limpieza del hogar, en:

- Lavado de ropa: Detergentes y suavizantes
- Limpieza del hogar: Detergentes, jabones, abrillantadores
- Limpieza de vajillas: Detergente en pastillas, antibacteriales
- Elementos para el aseo del hogar: Escobas, guantes, materiales de limpieza
- Absorbentes: Papel higiénico, servilletas, papel de cocina
- Ambientadores
- Insecticidas

La participación de la marca blanca en el mercado español ha incrementado del 28% en 2007 al 38% en 2016. Mercadona cuenta con una cuota de mercado del 22,9% en sector de la distribución española. A 2014, las marcas propias de Mercadona, representaban el 55% del total de su facturación.



Desarrollar estrategias sectoriales para incrementar el consumo per cápita nacional de categorías de productos con potencial

Objetivo

Incrementar el consumo per cápita de categorías de productos del sector, con potencial de crecimiento, a través del desarrollo de campañas sectoriales masivas

Cronograma de trabajo

Actividad	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
FT-5.1 Desarrollar campañas de promoción sectoriales para aumentar el consumo de categorías de productos con potencial																
Identificar a través de la industria y el gremio, drivers de impulso de consumo para categorías de productos de interés, detallando partes interesadas y fuentes de capital		■					■					■				
Desarrollar e implementar campañas de promoción y publicidad masivas de las categorías de interés identificadas			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fomentar el consumo per cápita de productos nacionales a través de la implementación de sellos nacionales (Compre colombiano, CO, entre otros)		→														

FT-5

Desarrollar estrategias sectoriales para incrementar el consumo per cápita nacional de categorías de productos con potencial

Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-5.1 Desarrollar campañas de promoción sectoriales para aumentar el consumo de categorías de productos con potencial	ANDI	✓	✓	✓		
	Industria	✓				
	Propais (Sellos)	✓				
	Cámara de Comercio de Bogotá			✓		
	PTP			✓		
	INVIMA				✓	✓
	SIC				✓	✓
	Ministerio de Salud				✓	

Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	Entre COP 1.600.000.000 y 2.400.000.000 por campaña publicitaria en medios de comunicación masivos	N/A
Resultado	Número de campañas publicitarias desarrolladas	Al menos una cada 5 años, a partir del 2017	2032
Impacto	Incremento en el consumo per cápita de las categorías de productos seleccionados	Por definir dependiendo de la categoría de producto seleccionada	2032



A partir de encadenamientos sectoriales, se busca desarrollo eslabones no presentes de la cadena productiva e incrementar las capacidades locales

		Áreas de oportunidad	Alternativas de solución
Proveedores	Ingredientes naturales	<ul style="list-style-type: none"> No hay masa crítica para la producción a gran escala Dificultad de acceso a recurso genético y aprovechamiento de recurso forestal no maderable Altos costos para realizar actividades de investigación de propiedades de los ingredientes de la biodiversidad 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un proyecto demostrativo para identificar ingredientes de la biodiversidad con propiedades cosméticas e impulsar el uso de los mismos en la formulación de productos
	Ingredientes químicos	<ul style="list-style-type: none"> La mayoría de los componentes activos utilizados en la formulación de productos del sector, son importados, ya que la producción a nivel local no cuenta con los niveles de calidad requeridos por la industria ni con las cantidades necesarias para cubrir la demanda total 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las necesidades actuales de la industria para comparar con la oferta de proveedores locales y generar actividades de mejora, ya sea través de capacitación al proveedor o inversión para la ampliación de capacidades
	Envases y empaques	<ul style="list-style-type: none"> A nivel nacional existen pocos proveedores, los cuales no cuentan con un portafolio de productos diversificado Existe una alta diferencia entre los costos de proveedores extranjeros y los locales 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar proyectos de mejoramiento para incrementar las capacidades y flexibilidad de producción de PYMEs de la industria gráfica, teniendo en cuenta aspectos clave como tamaños de lote, desarrollo de moldes, entre otros.
Productores	Empresas nacionales	<ul style="list-style-type: none"> Poco aprovechamiento de los mecanismo de inversión existentes para ampliar o modernizar capacidades, debido a los altos requisitos de acceso 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar oportunidades de mejora en los mecanismos de inversión públicos, para adaptar la oferta a las necesidades de las empresas
	Multinacionales	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento respecto a incentivos tributarios que se aplican en caso de Inversión Extranjera Directa 	<ul style="list-style-type: none"> Mapear los incentivos tributarios vigentes y socializarlos con las empresas multinacionales



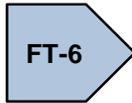
Brasil representa un caso de éxito, de iniciativa privada, que promueven el fortalecimiento de eslabones productivos de la cadena través de la generación de capacidades locales

Iniciativa privada



- Natura, empresa de origen brasileño, ha estructurado su Plan de sustentabilidad a 2050, basado en un **modelo de producción y distribución ecoefectivo enfocado en el desarrollo de capacidades locales** y en la generación de impacto positivo en su cadena de valor.
- Se ha trazado la meta de **incrementar el porcentaje de consumo de insumos amazónicos de un 13,4% en 2010 a un 30% en 2020.**
- Bajo el **Programa Ekos**, Natura ha implementado un nuevo modelo de negocio que incluye a las **comunidades agroextractivas locales**, dentro del cual inició en 2007 el **uso de plástico reciclado post-consumo (PET)**, avanzando en 2010 al desarrollo del **PE Verde** (Origen de caña de azúcar) como sustituto del PE (Polietileno convencional) para el desarrollo de sus envases y repuestos.
- En el caso de **Colombia**, Natura se ha enfocado en el **fortalecimiento de capacidades locales para la recuperación de envases post-consumo, realizando alianzas con organizaciones de recicladores en Bogotá, Medellín, Bucaramanga y Cali.** Para Natura Brasil, su meta es a 2020 es utilizar como mínimo el 74% de material reciclable en la masa total de envases utilizados.





Propiciar encadenamientos para fortalecer los eslabones productivos del sector en Colombia

Objetivo

Facilitar el acceso a materias primas químicas, naturales, envases y empaques para las empresas nacionales, a través de encadenamientos productivos con PYMEs locales

Cronograma de trabajo

Actividad	Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
FT-6.1 Fortalecer las capacidades de proveedores locales (PYMES) de materias primas naturales, químicas, envases y empaques											
Mapear las necesidades de materias primas químicas, naturales, envases y empaques de las empresas del sector en Colombia		■									
Mapear los oferta de proveedores locales (especialmente PYMEs) de los insumos identificados como críticos para el sector, con el fin de definir las capacidades locales de producción			■								
Formular e implementar proyectos de encadenamientos, teniendo en cuenta acciones de apoyo y fuentes de financiación.				■							

FT-6

Propiciar encadenamientos para fortalecer los eslabones productivos del sector en Colombia



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-6.1 Fortalecer las capacidades de proveedores locales (PYMES) de materias primas naturales, químicas, envases y empaques	PTP	✓	✓			
	ANDI	✓				
	Clústers del sector			✓		
	Empresas proveedoras	✓				
	Industria	✓				✓
	Inpulsas			✓		

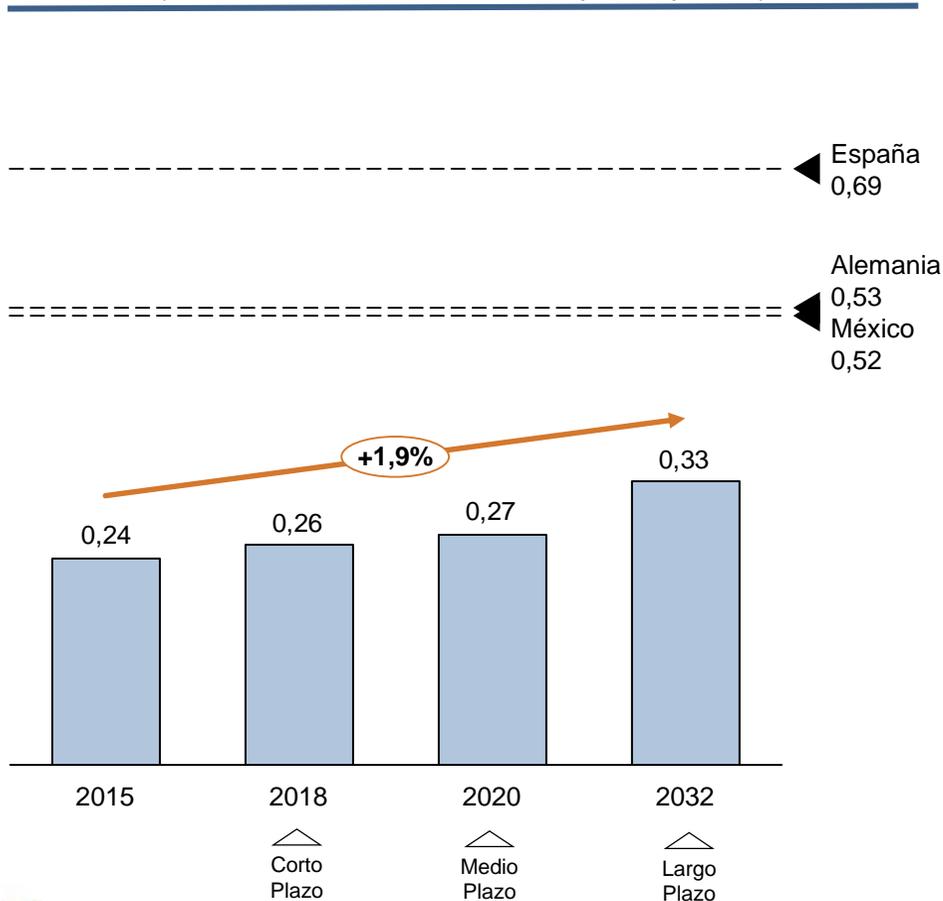


Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	COP 150.000.000 por encadenamiento a desarrollar	N/A
Resultado	a) Diagnóstico de demanda de materias primas naturales, químicas, envases y empaques	a) Un diagnóstico realizado	a) 2020
	b) Número de proyectos de encadenamiento generados	b) Al menos 2	b) 2032
Impacto	Incremento de la producción nacional en materias primas naturales, químicas, envases y empaques	Al menos 5%	2032

Se observan oportunidades de mejora en a la tasa de productividad nacional, respecto a países de referencia

Proyección ratio ventas / empleado en Colombia
(2015 - 2032; millones de USD\$ por empleado)



Metodología a aplicar

Descripción

Lean Manufacturing

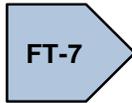
- Mejora y optimización de los procesos productivos enfocándose en identificar y eliminar todo tipo de desperdicios:
 - Sobreproducción
 - Tiempo de espera
 - Transporte
 - Excesos de movimientos, defectos o procesamientos

Kaizen o mejoramiento continuo

- Análisis de las variables críticas de los procesos de producción para definir "mejores prácticas"
- Para garantizar que sea un proceso continuo, se realiza a través de cuatro (4) fases:
 - *Planear*: Analizar el problema y definir el plan de acción
 - *Hacer*: Ejecutar del plan de acción
 - *Verificar*: Analizar la situación actual, después de implementar el plan de acción
 - *Actuar*: Definir planes de acción adicionales

Técnicas de programación de producción

- Proceso para organizar, controlar y optimizar las cargas de trabajo en un proceso productivo, a través de la planificación de uso de recursos
- Las alternativas de programación, depende del tipo de proceso de fabricación, distribución de planta y tipo de productos a fabricar



Promover la asistencia técnica para la implementación de metodologías de incremento de productividad en las empresas del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
FT-7.1 Implementar proyectos de mejora productiva en las empresas del sector	PTP	✓	✓			
	Industria	✓				
	Innpulsa			✓		
	ANDI				✓	
FT-7.2 Desarrollar una estrategia para facilitar el acceso a financiación con el objeto de ampliar o modernizar las capacidades de las empresas locales y aumentar la productividad	Clústers del sector			✓		
	Bancóldex	✓	✓			
	PTP			✓		
	Industria					✓
	ANDI			✓		



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	COP 15.000.000 por empresa	N/A
Resultado	Número de empresas participantes en la implementación de acciones de mejora en productividad	Al menos 10 empresas cada 4 años, a partir de 2017	2032
Impacto	Porcentaje de incremento en el ratio de productividad por empresa	15% de incremento en la tasa de productividad de la empresa intervenida	2032

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

C. Anexos

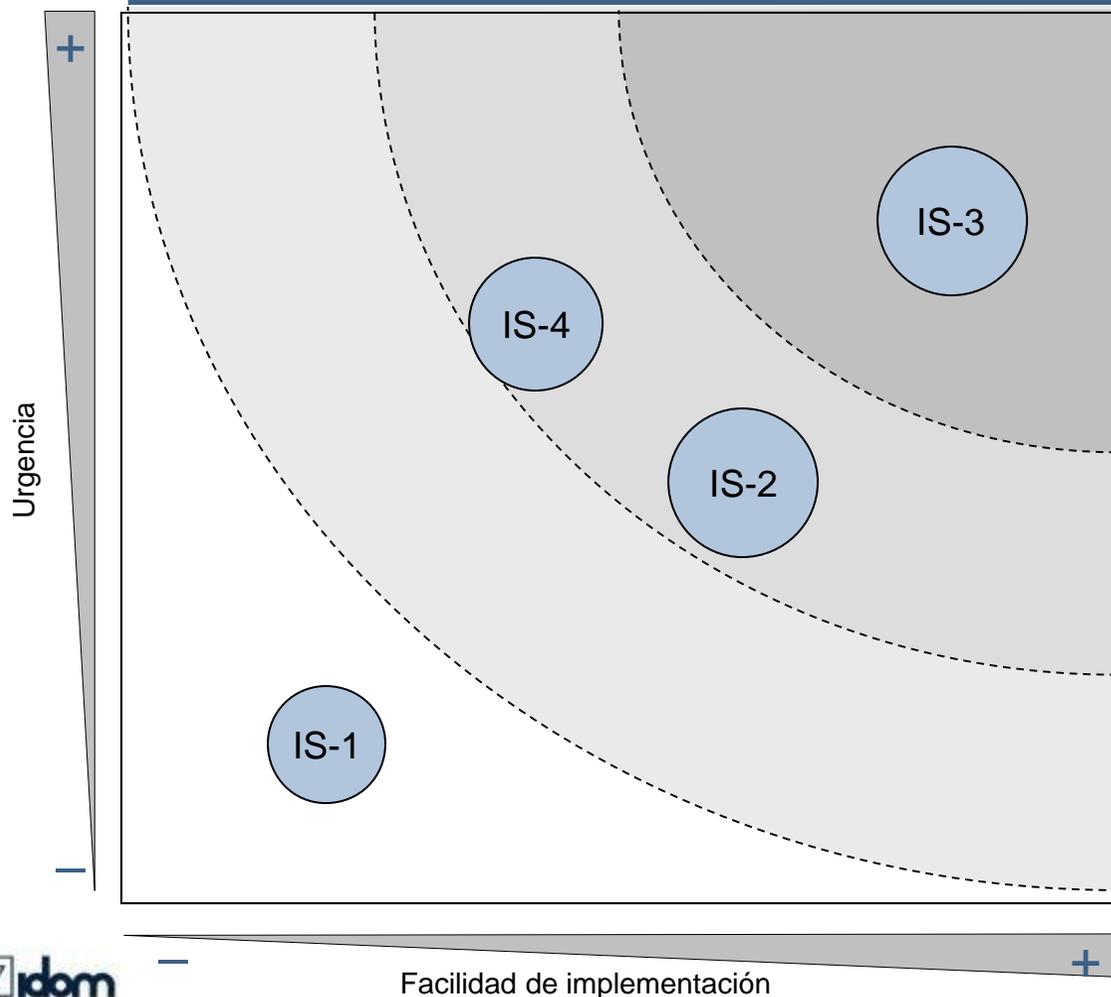


En el eje de Infraestructura y Sostenibilidad se identificaron 4 iniciativas de trabajo

	Brechas	Línea de actuación	Iniciativas	Subsector	
1 Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> Preparar la industria nacional en el marco de adhesión del país a la OCDE 	Gestionar pasivos ambientales	IS-1	<ul style="list-style-type: none"> Promover el desarrollo de un programa de estándares internacionales para el manejo y reutilización de envases y empaques post-consumo 	 ✓ ✓ ✓
2 Marco Normativo	<ul style="list-style-type: none"> Altos costos de producción por el uso ineficiente de los recursos 	Incrementar la productividad empresarial	IS-2	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar estrategias de disminución de consumo y reutilización de recursos escasos (agua y energía) 	✓ ✓ ✓
3 Fortalecimiento	<ul style="list-style-type: none"> Altos costos y tiempos de transporte de mercancías 	Mejorar la cadena de suministros de empresas del sector	IS-3	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar en la mejora de la cadena de suministro de las empresas del sector teniendo en cuenta: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducción de costos logísticos ✓ Disminución en tiempos de abastecimiento ✓ Adecuado manejo de inventarios 	✓ ✓ ✓
4 Infraestructura y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Bajo nivel de tecnificación de los procesos productivos y transversales en las empresas del sector 	Promover la adopción de infraestructura intangible	IS-4	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las empresas del sector 	✓ ✓ ✓

La mejora de la cadena de suministro de las empresas es la iniciativa más urgente para el sector, seguida de la implementación de estrategias de disminución de consumo y reutilización de recursos escasos y el fomento del uso de tecnologías en el sector

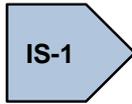
Valoración de cada iniciativa



- Apoyar en la mejora de la cadena de suministro de las empresas del sector es la iniciativa de mayor relevancia, la cual busca reducir los costos y tiempos logísticos de la industria (IS-3)
- Identificar mecanismos para facilitar la reducción de costos en las empresas y lograr una mayor eficiencia operativa a través de la **disminución del consumo de agua y energía y de la adopción de tecnología en la industria**, son las siguientes iniciativas que representan mayor urgencia e impacto para el sector (IS-2, IS-4)

Impacto:

- Alto – Incremento en las ventas o reducción de costos > 10%
- Bajo – Incremento en las ventas o reducción de costos < 5%



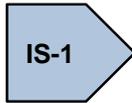
Promover el desarrollo de un programa de estándares internacionales para el manejo y reutilización de envases y empaques post-consumo

Objetivo

Preparar a la industria nacional para impulsar un desarrollo económico sostenible, en el marco de las recomendaciones de la OCDE, como mecanismo para la generación de cultura del reciclaje, reducción de costos y posicionamiento de la industria

Cronograma de trabajo

Actividad	Año		2016				2017				2018				2019				2020				2021			
	Trimestre		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4																		
IS-1.1 Gestionar la implementación de un programa manejo y reutilización de envases y empaques post-consumo																										
Analizar referentes internacionales de programas de manejo de residuos post-consumo, teniendo en cuenta tipos de asociación público – privada y articulación con otros sectores productivos			■																							
Identificar una línea base que permita determinar el estado actual de las empresas con relación a los indicadores de medición que se definan para realizar seguimiento al Programa							■																			
Formular un proyecto que contemple los lineamientos para la implementación del programa											■															
Capacitar a la industria y a los actores involucrados en el programa, en técnicas de eco-diseño, recolección y aprovechamiento de envases y empaques															■											
Promover la implementación del programa y realizar seguimiento y control a su desempeño																			■							
Acompañar a las empresas en la sensibilización sobre modelos de recolección y en campañas de educación al consumidor																			■							



Promover el desarrollo de un programa de estándares internacionales para el manejo y reutilización de envases y empaques post-consumo



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
IS-1.1 Gestionar la implementación de un programa manejo y reutilización de envases y empaques post-consumo	ANDI	✓				
	PTP			✓		
	Industria	✓				✓
	MINCIT			✓		
	Ministerio de Ambiente			✓		✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos para la formulación y arranque del programa	USD 500.000	N/A
Resultado	a) Número de empresas participantes en el programa de recolección	a) Al menos 5	2032
Impacto	a) Cobertura del programa en términos de departamentos, población y canecas para la recolección	a) Por definir, de acuerdo a la normativa a emitir	2032



A continuación, se muestran los programas desarrollados a nivel nacional para otros sectores y referentes internacionales del sector

Referentes nacionales

- 1 **Recolección de pilas:** En cumplimiento de la Resolución 1297 de julio de 2010 del Ministerio del Ambiente, la ANDI inició en 2010 el programa “Pilas con el ambiente” cuyo objetivo es cerrar el ciclo de vida del producto a través de un sistema de recolección de pilas domésticas en el País, mediante contenedores dispuestos a nivel comercial e institucional, para su posterior acopio y disposición en sitios autorizados para desarrollar un tratamiento ambientalmente adecuado.

Se reciclan pilas tipo AA, AAA, C, D y de 6 voltios.



- 2 **Recolección de insecticidas:** “Cierra el ciclo” es un programa liderado por la ANDI para la recolección de envases de insecticidas de uso doméstico, a través de puntos de recolección denominados “Puntos amarillos”, ubicados en supermercados, tiendas, empresas, alcaldías, centros comerciales y entidades ambientales. Se reciclan envases vacíos ya usados (envases de aerosoles, cartulinas, cartones y plásticos flexibles, pastillas), envases con producto que se haya consumido parcialmente y envases con producto vencido o deteriorado.



- 3 **Recolección de medicamentos:** La ANDI también ha estructurado el Plan de Gestión de Devolución de Productos Posconsumo de Fármacos y Medicamentos Vencidos, dentro del cual, a través de los denominados “puntos azules” – contenedores instalados en droguerías y supermercados, los ciudadanos depositan sus medicamentos vencidos o deteriorados y los envases vacíos, blíster y plegadizas de medicamentos. Dicho plan es adoptado por las empresas para dar cumplimiento a la Resolución 371 del 2009 del Ministerio del Ambiente.



Referentes internacionales

- 1 **ECOEMBES: Reciclaje de envases y embalajes en España**

Ecoembes fue creada en 1996 en España como una sociedad anónima sin ánimo de lucro cuyo objeto es el diseño y organización de sistemas encaminados a la recogida selectiva y recuperación de residuos de envases y embalajes, para su posterior tratamiento y valorización. Se creó por varias empresas (fabricantes de envases, materiales de envases, envasadores, distribuidores y empresas recicladoras y recuperadoras), anticipándose a la Ley 11 de 1997 que promueve la prevención y reducción del impacto sobre el medio ambiente de los envases y la gestión de los residuos de envases a lo largo de todo su ciclo de vida.

Objetivos de reciclado de la UE según normativa	Resultados Ecoembes (2015)
55% del total de envases dispuestos en el mercado	74,8% del total de envases dispuestos en el mercado

Con 566.957 contenedores dispuestos alrededor de todo el País y 42.600 puestos de trabajo, Ecoembes, se ha convertido en un modelo exitoso gracias la integración y colaboración entre administraciones públicas, los ciudadanos y las Empresas, generando un importante tejido empresarial a través del reciclaje.



Reciclaje de envases de plásticos, latas y briks y los envases de papel y cartón



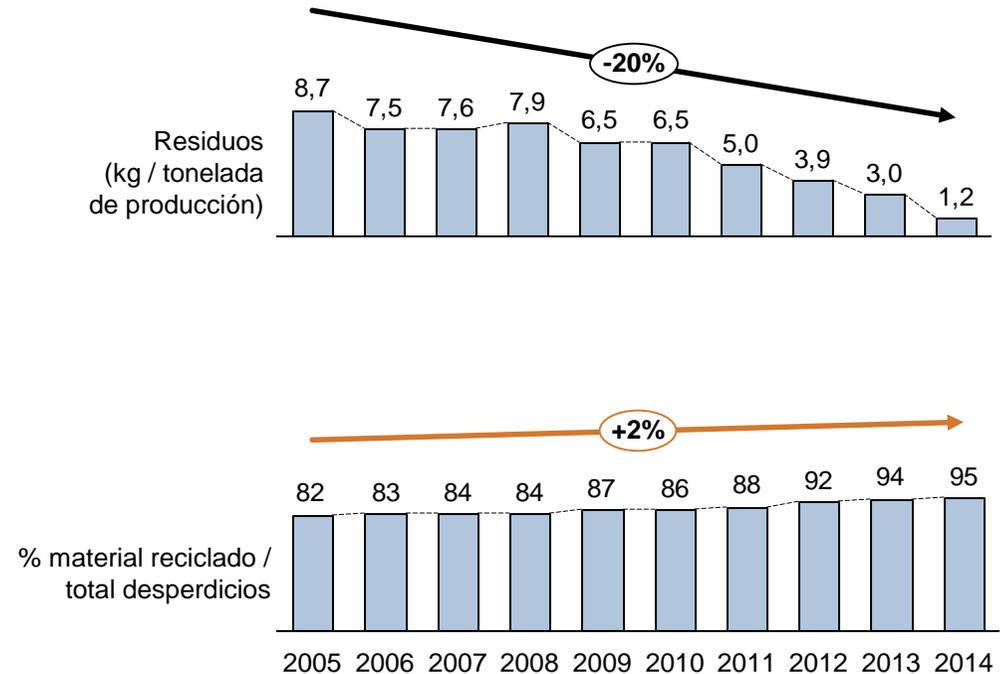
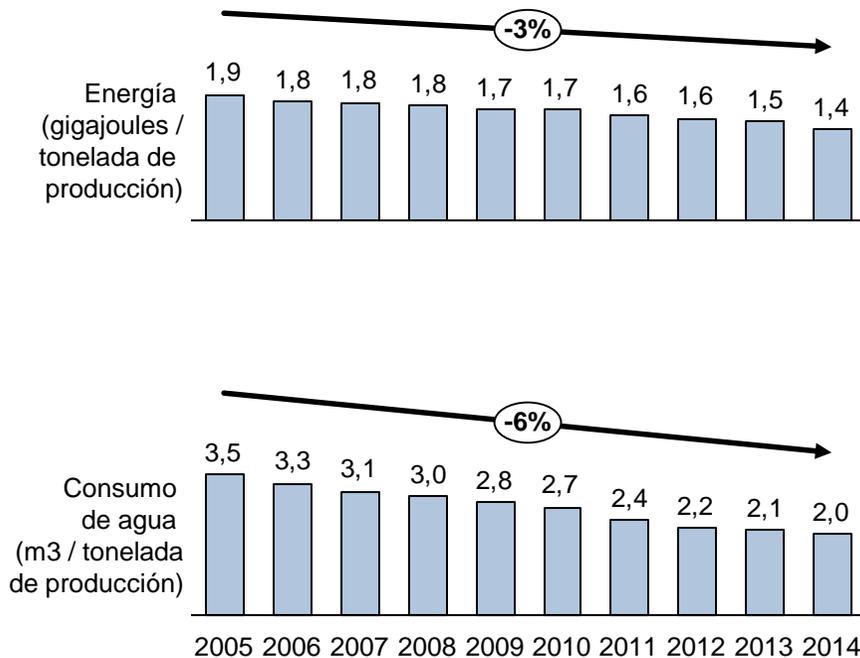
PUNTO VERDE
Símbolo que acredita que los envases que se venden en el mercado nacional, cumplen con la ley de envases

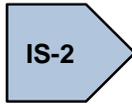


Es necesario establecer mecanismos para disminuir el consumo de recursos escasos y la generación de desperdicios, teniendo en cuenta referentes internacionales

Cifras de gestión de pasivos ambientales

- Desde el 2005, empresas referentes del sector ha desarrollado estrategias internas, buscando además de reducir sus costos de producción, ser más eficientes en sus plantas de producción, respecto a la utilización de recursos escasos y generación de desperdicios





Gestionar estrategias de disminución de consumo y reutilización de recursos escasos (agua y energía)

Objetivo

Preparar a la industria nacional para impulsar un desarrollo económico sostenible, en el marco de la OCDE, apuntando a la generación de ahorros a través de mecanismos que fomenten el adecuado uso del agua y la energía

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2019				2020				2021				2022				2023				2024								
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4					
		IS-2.1 Identificar y promover estrategias para reducir el consumo e incentivar la reutilización de agua y energía en las industrias del sector																												
Identificar una línea base que permita determinar el estado actual de las empresas con relación al consumo de agua y energía en la industria		■													■													→		
Identificar mecanismos para la disminución del consumo de agua y energía en la industria y estrategias para su reutilización (agua)		■												■														→		
Capacitar a las empresas del sector sobre los mecanismos y estrategias identificados						■															■							→		
Desarrollar un proyecto piloto con una muestra de empresas del sector en la que se materialicen estrategias de ahorro en agua y energía										■																■				→

IS-2

Gestionar estrategias de disminución de consumo y reutilización de recursos escasos (agua y energía)



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
IS-2.1 Identificar y promover estrategias para reducir el consumo e incentivar la reutilización de agua y energía en las industrias del sector	ANDI			✓		
	PTP	✓	✓			
	Industria	✓			✓	✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	COP 35.000.000 por empresa	N/A
Resultado	Número de empresas intervenidas	Al menos 3 empresas intervenidas cada tres años, a partir de 2019	2032
Impacto	a) Reducción del consumo de agua por tonelada producida	a) Por definir, de acuerdo a la línea base identificada	2032
	b) Reducción del consumo de energía por tonelada producida	b) Por definir, de acuerdo a la línea base identificada	

IS-3

Apoyar en la mejora de la cadena de suministro de las empresas del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
IS-3.1 Promover la implementación de programa de mejoramiento para la reducción de costos y tiempos en la cadena logística de la industria	ANDI			✓	✓	
	PTP	✓	✓			
	Industria	✓			✓	✓
	Clústers			✓	✓	



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	Entre COP 45.000.000 y 400.000.000 según el tamaño de la empresa	N/A
Resultado	Empresas participantes en la implementación de las mejoras	Al menos 10 empresas cada 4 años, a partir de 2019	2032
Impacto	a) Reducción de tiempos logísticos en la cadena	Al menos 10% de los tiempos actuales de cada empresa	2032
	b) Reducción de costos logísticos en la cadena	Al menos 20% de los costos actuales de cada empresa	



Las empresas del sector tienen oportunidades de mejora en tiempos y costos logísticos, a lo largo de la cadena de valor





Se identificaron dos áreas de oportunidades de mejora: uso de tecnologías de información de empresas del sector, relacionados con la gestión del negocio y el desarrollo y comercialización de productos y servicios

Áreas de oportunidad identificadas en el sector

Estudios llevados a cabo con empresas del sector, permiten **evaluar el grado de digitalización** de los procesos internos de la industria nacional

Se identificaron dos áreas de oportunidad para empresas del sector en Colombia:

- *Negocios y procesos*

Corresponde al uso de los sistemas y tecnologías de información con el objeto de mejorar la gestión del negocio y los procesos internos asociados al desarrollo de sus actividades diarias (abastecimiento, producción, control de calidad, comercialización)

- *Productos y Servicios*

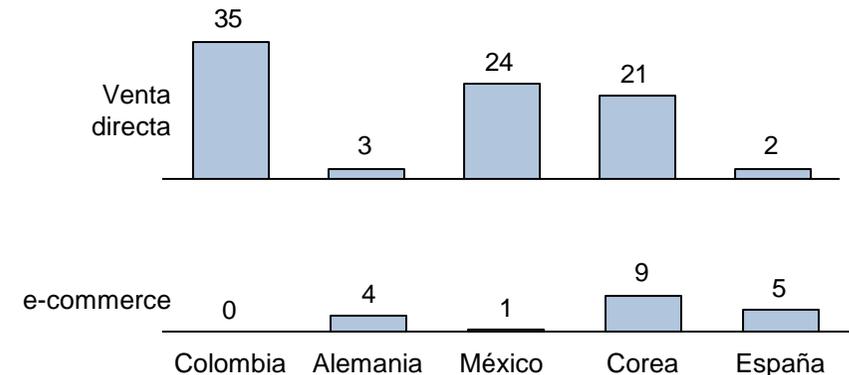
Esta área cubre el uso que la empresa hace de los sistemas y tecnologías disponibles, para mejorar el modo en que desarrolla y comercializa sus productos y servicios

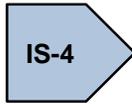
Alternativas de solución

Fomentar el uso de herramientas web para generar reconocimiento de marca

- Actualizar los portales web empresariales
- Incluir dentro de las páginas en empresariales, **portales de compra (e-commerce)** que amplíen los canales de distribución
- Incrementar la presencia en redes sociales, a través de campañas publicitarias

Porcentaje de las ventas por canales de venta directa e internet





Fomentar el uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en las empresas del sector

Objetivo

Reducir las brechas en Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) identificadas en el sector

Cronograma de trabajo

Actividad	Año		2016				2017				2018				2019				2020			
	Trimestre		Q3		Q4		Q1		Q2		Q3		Q4		Q1		Q2		Q3		Q4	
IS-4.1 Diseñar un plan de acción para impulsar el uso de las TIC en el sector																						
Gestionar la implementación de un plan de acción que responda a las brechas identificadas en el sector con relación al uso de las TIC																						
Identificar actores y mecanismos de financiación y apoyo que faciliten el acceso a TIC																						
Promover el desarrollo y financiamiento de encadenamientos intersectoriales para el aprovechamiento de las TIC en el sector																						

IS-4

Fomentar el uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en las empresas del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
IS-4.1 Diseñar un plan de acción para impulsar el uso de las TIC en el sector	PTP	✓	✓			
	Cámara de Comercio de Bogotá			✓		
	Bancóldex			✓		
	Innpulsa			✓		
	Industria	✓				✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos requeridos	COP 150.000.000 por empresa	N/A
Resultado	Número de empresas intervenidas en implementación de TIC	Al menos 10 empresas intervenidas, a partir de 2019	2032
Impacto	Aumento en la utilización de TIC por parte de las empresas intervenidas	Por definir	2032

Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

- I. Misión y objetivos
- II. Líneas de actuación
- III. Plan de acción
 - i. Capital Humano
 - ii. Marco Normativo
 - iii. Fortalecimiento
 - iv. Infraestructura y sostenibilidad
 - v. Promoción

C. Anexos

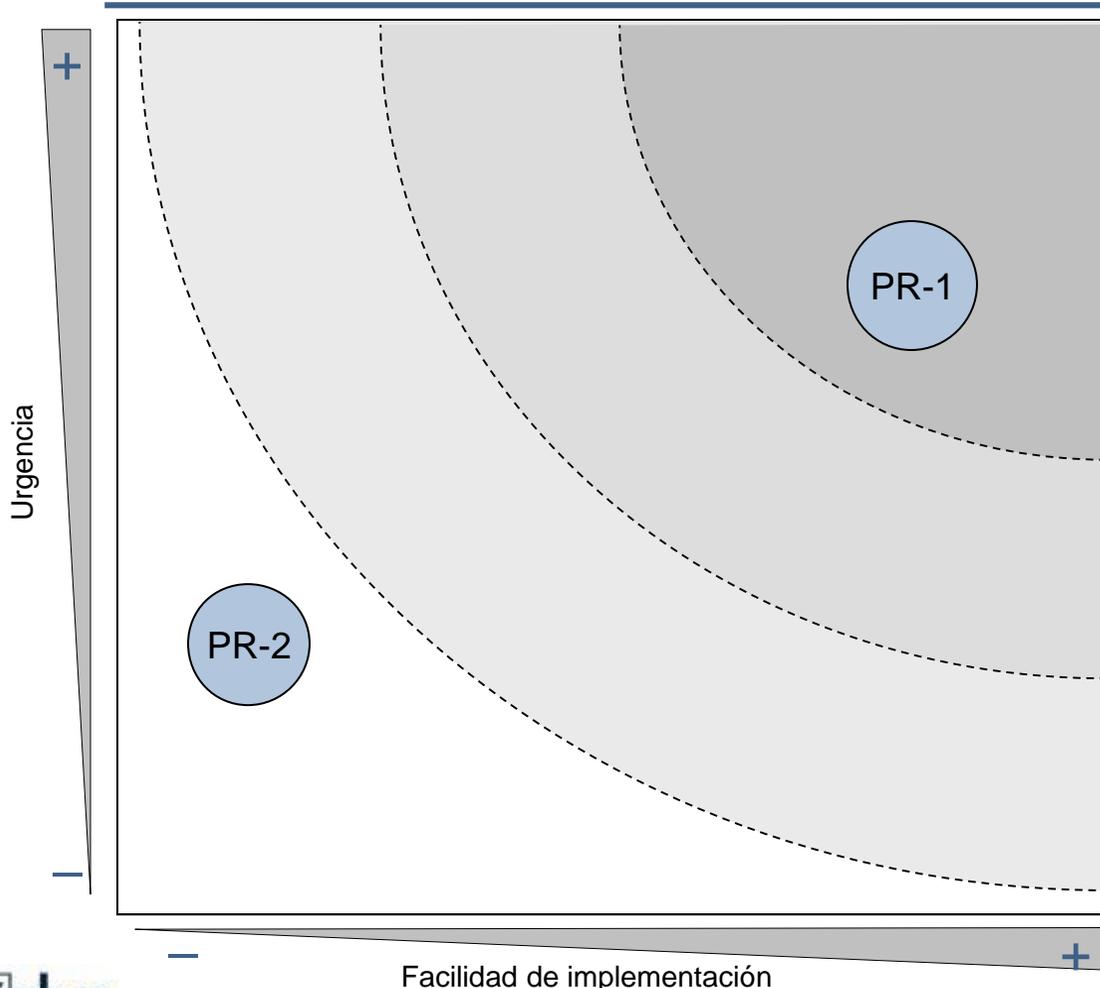


En Promoción se identificaron 2 iniciativas de trabajo

Brechas	Línea de actuación	Iniciativa	Subsector
<ul style="list-style-type: none"> La vocación exportadora del país es del 13%, menor a los referentes internacionales analizados (18%) 	Promoción  PR-1	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar los recursos para promover la participación de empresas en ferias, misiones y ruedas de negocio, además de adecuar la oferta exportadora empresarial para acceder a mercados exteriores 	 ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento respecto a los incentivos tributarios vigentes para establecer plantas de manufactura o centros de I+D+i en el país 	Promoción  PR-2	<ul style="list-style-type: none"> Presentar una propuesta de valor para incentivar la Inversión Extranjera Directa en Colombia de empresas multinacionales manufactureras de productos del sector 	✓ ✓ ✓

Desarrollar una estrategia sectorial para la atracción de inversión para mejorar las capacidades locales es la iniciativa catalogada con mayor urgencia para el sector, seguida de la gestión de recursos para la participación en eventos internacionales y adecuación de la oferta exportadora

Valoración de cada iniciativa



- La actuación de mayor interés para el sector, es gestionar los recursos para **promover la participación de empresas en ferias, misiones y ruedas de negocio**, además de adecuar la oferta exportadora empresarial para acceder a mercados exteriores (PR-1)

Impacto: ● Alto ○ Bajo

PR-1

Gestionar recursos para promover la participación de la industria en ferias, misiones y ruedas de negocio y adecuar la oferta exportadora empresarial

Objetivo

Facilitar el acceso de empresas colombianas a mercados exteriores

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2016		2017				2018			
		Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
PR-1.1 Promocionar mecanismos de apoyo a empresas del sector, para facilitar los procesos de acceso a mercados exteriores											
Brindar acompañamiento en la adecuación de la oferta exportadora de empresas del sector, con potencial de exportación											
Gestionar los recursos para acompañar y apoyar a las empresas en la participación y cierre de negocios en ferias, misiones comerciales y ruedas de negocios											

PR-1

Gestionar recursos para promover la participación de la industria en ferias, misiones y ruedas de negocio y adecuar la oferta exportadora empresarial



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
PR-1.1 Promocionar mecanismos de apoyo a empresas del sector, para facilitar los procesos de acceso a mercados exteriores	PTP			✓		
	Procolombia	✓	✓			
	ANDI			✓		
	Industria					✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Disponibilidad de oficinas y asesores comerciales de Procolombia	N/A	N/A
Resultado	a) Número de empresas que participan en ferias y ruedas de negocio del sector	a) Al menos 60 empresas al año	2032
	b) Número de empresas apoyadas con programas de acompañamiento	a) Por definir	
Impacto	a) Incremento del volumen de exportaciones	a) Por definir	2032
	b) Número de empresas del sector que inician actividades de exportación	b) Por definir	
	c) Número de nuevos mercados alcanzados a través de ferias y ruedas	c) Por definir	



Las siguientes representan algunas de las ferias más relevantes en Colombia y a nivel internacional

Nombre	Descripción	País
 <p>belleza y salud corferias www.feriabellezaysalud.com</p>	<p>Feria Salud y Belleza se ha consolidado como el evento más importante del sector cosméticos y aseo en Colombia, cuyo eje fundamental es el establecimiento y fortalecimiento de relaciones comerciales y promoción de negocios para la Industria.</p>	Colombia
 <p>http://www.expobelleza.com.co/</p>	<p>ExpoBelleza Medellín, nace como la representación de la Feria más importante del Sur de la Florida - I beauty Show – en Colombia. Presenta una muestra comercial para los actores de la industria de la belleza, estética, moda y salud, que promueve la promoción de productos, demostraciones en vivo, shows en tarima, relacionamiento, ofertas y capacitaciones para la industria y los interesados.</p>	Colombia
 <p>www.ebio.mx</p>	<p>EBIO – Expobelleza Internacional de Occidente reúne a las empresas del sector de belleza, peluquería y estética de México, Latinoamérica y Estados Unidos, alrededor de los productos y servicios de maquillaje, uñas, peinado, herramientas, tratamientos, micropigmentación, actualización de últimas tendencias de innovación en cosmética, entre otros.</p>	México
 <p>www.expobeautyshow.com www.expobeautyshow.com</p>	<p>Expo Beauty Show México es un encuentro que consolida profesionales de la Belleza de México, Latinoamérica y Estados Unidos, empresas, marcas y servicios en uñas, maquillaje, barbería, cabello, colorimetría, tratamientos corporales, en el cual se desarrollan talleres, campeonatos, shows y espacios dedicados a públicos objetivo del sector.</p>	México
 <p>http://www.registroexpocosmetica.com.mx/</p>	<p>Expo Cosmética es un evento anual que reúne al sector cosmético alrededor de las materias primas, envases y empaques, servicios de maquila, venta de equipos o servicios enfocados a la industria del cuidado personal. Incluye conferencias y un programa de demostraciones en formulación cosmética.</p>	México
 <p>http://www.esteticainrio.com.br/2016/</p>	<p>Estética en Rio es una feria dedicada al sector de la belleza, estética, salud y bienestar, vinculando tendencias en productos y servicios para la belleza facial y corporal, equipos y herramientas, demostraciones de nuevos procedimientos y conferencias y talleres para actualizaciones en la industria y desarrollo de redes de negocios.</p>	Rio de Janeiro



Las siguientes representan algunas de las ferias más relevantes en Colombia y a nivel internacional

Nombre	Descripción	País
 <p>http://www.ibsnewyork.com/school</p>	<p>IBS International Beauty Show reúne a empresas líderes, expertos, profesionales y estudiantes de la belleza y cosmética, para proporcionarles formación y entrenamiento en últimas tendencias en uñas, maquillaje, cabello y en el negocio de la belleza. Se realiza en dos versiones, una en New York y otra en Las Vegas.</p>	<p>Estados Unidos (New York Las Vegas)</p>
 <p>www.cosmobelleza.com</p>	<p>Feria profesional de Belleza, Salud, Bienestar, Cosmética, Cuidado personal, Higiene, Maquillaje y Peluquería realizada anualmente en el Sur de Europa. Incluye el concepto de belleza integral y healthy life. Sus objetivos principales se enmarcan en la internacionalización, formación y negocio creando una plataforma para impulsar el motor del mercado de la belleza en España, sirviendo como eje y punto de encuentro entre expositores y profesionales de todo el mundo. Se ha unido a la STS Beauty Barcelona para conformar la gran feria CosmoBeauty</p>	<p>España (Barcelona)</p>
 <p>www.stsbeautybarcelona.com/</p>	<p>Feria dirigida al mercado profesional de la Peluquería, Estética, Uñas y Maquillaje, Cosmética Natural, Terapias Alternativas y Nutrición, ofreciendo un programa de actividades artísticas y de formación específica, mediante talleres, clases magistrales, cursos especiales y congresos. No realizará más ediciones porque ha decidido aunar esfuerzos con Cosmobelleza, para crear una gran feria Cosmo Beauty que se realizará en abril de 2017</p>	<p>España (Barcelona)</p>
	<p>Nace de la unión de Cosmobelleza y STS Beauty Barcelona, como una gran feria de carácter internacional que integrará lo mejor de ambos eventos. Se realizará su primera versión en abril de 2017</p>	<p>España (Barcelona)</p>
 <p>http://www.cosmoprof.com/</p>	<p>La organización BolognaFiere Cosmoprof S.p.a, ha estructurado tres grandes ferias internacionales para la comunidad de negocios de belleza, fabricantes, proveedores de empaques, equipos, materias primas e ingredientes para la industria cosmética en el mundo, que en un ambiente B2B, apuntan al lanzamiento de nuevas marcas, innovaciones en productos, nuevos canales de distribución, envasado y fabricación. Las tres ferias son: Cosmoprof Worldwide Bologna, Cosmoprof Asia (Hong Kong), Cosmoprof North America (Las Vegas).</p>	<p>Italia (Bologna) Asia (Hong Kong) Estados Unidos (Las Vegas)</p>



La Inversión Extranjera Directa de empresas multinacionales del sector en los últimos años, fue de 407 millones de USD, generando aproximadamente 1.650 empleos

Logros conseguidos

- Entre 2009 y 2014, hubo más de USD\$ 407 millones de Inversión Extranjera Directa (IED) ingresados a Colombia, gracias a la inversión de 8 empresas del sector, que además, generaron alrededor de 1.650 empleos

Empresa	Monto aproximado (USD\$ mill)	Destino
Procter & Gamble	45	Construcción de centro logístico en Antioquia y expansión de planta de producción de jabón líquido en Medellín
Avon	50	Inversión en el centro de picking de Antioquia
Kimberly Clark	33	Construcción del Centro Global de Innovación y desarrollo de líneas de producción e incremento de la capacidad actual en las diferentes plantas en Colombia
Unilever	100	Construcción de una planta para la producción de detergentes en el Valle del Cauca
Belcorp	80	Ampliación de planta de producción y centro de distribución
CPL Aromas	2,5	Aumento de la capacidad de la planta actual
Yanbal	95	Construcción de una planta para la producción de fragancias en Tenjo, oficinas en Bogotá y centro de distribución
Henkel	1,5	Construcción de nueva planta de producción en Bogotá



Presentar una propuesta de valor para incentivar la Inversión Extranjera Directa en Colombia de empresas multinacionales manufactureras del sector

Objetivo

Facilitar el acceso a mecanismos de inversión para atraer nuevos participantes al mercado

Cronograma de trabajo

Actividad	Año Trimestre	2017				2018				2019				2020				2021							
		Q1	Q2	Q3	Q4																				
PR-2.1 Atraer nuevos participantes del mercado a través del fomento de la Inversión Extranjera Directa (IED) en Colombia																									
Realizar actividades de acercamiento entre Procolombia y las agencias regionales de inversión		■				■				■															
Desarrollar una propuesta de valor con la colaboración de agencias nacionales de promoción de inversión, que estimule y acompañe la IED a través del aprovechamiento de incentivos vigentes (Tributarios, I+D+i, otros)		■								■								■				■			
Consolidar un portafolio de empresas multinacionales, que puedan aprovechar la propuesta de valor generada			■	■	■						■	■	■						■	■	■				
Promocionar la propuesta de valor en las empresas identificadas, apuntando el desarrollo de proyectos de inversión en el país						■	■	■	■					■	■	■	■								■

PR-2

Presentar una propuesta de valor para incentivar la Inversión Extranjera Directa en Colombia de empresas multinacionales manufactureras del sector



Actores involucrados

Actividad	Entidad	Responsable	Aprueba	Soporte	Consultado	Informado
PR-2.1 Atraer nuevos participantes del mercado a través del fomento de la Inversión Extranjera Directa (IED) en Colombia	PTP					✓
	Procolombia	✓		✓		
	COLCIENCIAS			✓		
	Agencias regionales de promoción de inversión	✓	✓			
	Industria					✓



Indicadores

Tipo de indicador	Descripción	Target	Plazo
Insumo	Recursos económicos	Por definir	N/A
Resultado	a) Número de empresas identificadas	a) Al menos 2 por año	2032
	b) Recursos movilizados como Inversión Extranjera Directa	b) USD 20.000.000 por año	
Impacto	a) Número de empleos generados a partir de la Inversión Extranjera Directa	a) Por definir	2032
	b) Monto total invertido en el sector	b) USD 320.000.000	



Contenido

A. Estado de avance del proyecto y metodología

B. Reformulación del Plan de Negocios

C. Anexos



Anexos

A. Participantes en las mesas de trabajo

Anexos

Detalle de empresas y entidades participantes en las mesas (1/4)

Mesa	Entidades	Empresas
------	-----------	----------

Cali

- Corporación Biotec
- Invest Pacific
- Cámara de Comercio de Cali
- Universidad Javeriana
- Biointropic
- ONUDI
- Procolombia

- Belleza Express
- Protecnic
- Sumquimica

ANDI	FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS		
	CÓDIGO FT-SA-08	F. APROBACION 04/10/2013	VERSIÓN 5
Nombre del Comité o Reunión: <u>Actualización Plan de Negocios - Cali</u>		Fecha: <u>30 Marzo 2016</u>	
Reunión Responsable de la Reunión: <u>Juliana Giraldo</u>		Hora: <u>9:00 am - 4:30 pm</u>	
Lugar: <u>Universidad EIA Sura 311 - Medellín</u>			

1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
ANDI Cosméticos	Juan Castro	Dir.	jcastro@andi.com.co	315 307 8055	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Corpor. Biotec	Myriam Sánchez	Directora	myriam@biotec.org	317 4016368	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Belleza Express	Johana Campo	Dir.	jocampo@gmail.com	318 285 0761	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Belleza Express	Julia Martínez	Asista. Calidad	juliamartinez@bell...com	320 621404	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Belleza Express	Clara J. Bolaños	Directora Calidad	clabolanos@bell...com	318 66861738	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Protecnic	Emilia Sánchez	Dir. Comercial	emiliasanchez@protecnic.com	312 2888582	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Protecnic	Diana Vargas	Macadeo	dvargosa@protecnic.com	315 442 2686	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Protecnic Jerg	Carolina Alvarado	Coord. Comercial	carolinas@protecnic.com	312 288 7377	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Sumquimica	Alvaro Rivas	Técnico. Comercial	arivas@sumquimica.com	313 6366379	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Invest Pacific	Anita Cortés	Asista. Inteligencia	acortes@investpacific.org	301 2641119	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Javeriana Cali	Wish Garcia	Docente	wishgarcia@javeriana.edu.co		<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Combo Prens	Bronckey	Coordinador	bronckey@combo.com	304 680 1935	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
ONUDI	Helen Mier	Especialista	h.mier@onudi.org	312 167600	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>

* En cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013, le informamos que Usted tiene derecho de conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales en cualquier momento. La información de sus datos aquí recopilada, en caso de que Usted lo autorice, la utilizaremos para informarle sobre los servicios, eventos y capacitaciones ofrecidas por la ANDI o en convenio con otras organizaciones.

ANDI	FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS		
	CÓDIGO FT-SA-08	F. APROBACION 04/10/2013	VERSIÓN 5
Nombre del Comité o Reunión: <u>Actualización Plan de Negocios - Cali</u>		Fecha: <u>30 Marzo 2016</u>	
Reunión Responsable de la Reunión: <u>Juliana Giraldo</u>		Hora: <u>9:00 am - 4:30 pm</u>	
Lugar: <u>Universidad EIA Sura 311 Sectoral - Cali</u>			

1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
PTP	Frika Velázquez	Coord. Comerciales	frivela@ptp.com.co	749 1000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Idom	Robi Vargas	Consultor	robivargas@idom.com	382165058	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
Idom	Maria Sánchez	Consultor	msanchez@idom.com	312 861992	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <i>[Firma]</i>
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

* En cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013, le informamos que Usted tiene derecho de conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales en cualquier momento. La información de sus datos aquí recopilada, en caso de que Usted lo autorice, la utilizaremos para informarle sobre los servicios, eventos y capacitaciones ofrecidas por la ANDI o en convenio con otras organizaciones.

Anexos

Detalle de empresas y entidades participantes en las mesas (2/4)

Mesa	Entidades	Empresas
------	-----------	----------

- Universidad CES
- ONUDI
- Biointropic
- Procolombia

- L y F
- Quifarma
- Cosméticos Samy
- Familia
- Laboratorio Domeco
- Grupo Azulado
- Colquimicos
- Samara Cosmetics
- Prebel
- Jabones del Olivo
- Industrias Frotex

Medellín

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
ANDI	CÓDIGO FT-SA-08	F. APROBACION 04/10/2013	VERSIÓN 5		
Nombre del Comité o Reunión: <u>Actualización Plan de Negocios - Medellín</u>		Fecha: <u>1 Abril / 2016</u>			
Responsable de la Reunión: <u>Juliana Giraldo Marín</u>		Hora: <u>9:00 am - 4:30 pm</u>			
Lugar: <u>Universidad CIA - Salón 311</u>					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos*1 / Firma
Ly F	Claudia Janelle Ruiz	Asesora técnica	ventas.lyf@urenetica.com	3174300282	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Claudia Ruiz
LyF Ltda.	Isabel C. Pivas	Gerente	lyf@ltda.com	3141300274	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Isabel Pivas
LyF Ltda	Stendy Rueda Duarte	Practicante Q.F	stendy@urenetica.com	3163078236	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Stendy
Quifarma	Carolina Preciado	Directora	innovacion@quifarma.com	3141300274	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Carolina
Universidad CES	Andrés Pineda	Docente	apineda@ces.edu.co	3176066365	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Andrés Pineda
Cosm. Samy	Hernán Salazar	Dir. Comercial	hosalazar@samycosmetics.com	3174048358	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Hernán Salazar
Familia	Sandra Ganzo	Abolista I+D	sanzos@familia.com.co	3017814178	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Sandra Ganzo
Lab. Domeco	Angela P. Martínez	Directora Técnica	adomeco@laboratoriosdomeco.com	3009128996	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Angela Martínez
Grupo Azulado	Lorely Torres	Directora adm. int.	lortorres@azulado.com	3116244284	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Lorely Torres
Grupo Azulado	Carolina Torres	Dir. Comercial	carolinatorres@azulado.com	3173676635	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Carolina Torres
Grupo Familia	Laura Fujillo	Coord. Q.V	lafujillo@familia.com.co	3160630394	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Laura Fujillo
Colquimicos	Juliana Velásquez	Ing. Comercial	jvelasquez@colquimicos.com.co		<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Juliana Velásquez
ANDI - Cosméticos y Deseo	Juliana Giraldo	Administrativa	jgiraldo@andino.com	318245908	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Juliana Giraldo

*1 En cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013, le informamos que Usted tiene derecho de conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales en cualquier momento. La información de sus datos aquí recopilada, en caso de que Usted lo autorice, la utilizaremos para informarle sobre los servicios, eventos y capacitaciones ofrecidas por la ANDI o en convenio con otras organizaciones.

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
ANDI	CÓDIGO FT-SA-08	F. APROBACION 04/10/2013	VERSIÓN 5		
Nombre del Comité o Reunión: <u>Actualización Plan de Negocios - Medellín</u>		Fecha: <u>1 Abril / 2016</u>			
Responsable de la Reunión: <u>Juliana Giraldo Marín</u>		Hora: <u>9:00 am - 4:30 pm</u>			
Lugar: <u>Universidad CIA - Salón 311</u>					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos*1 / Firma
Samara Cosmetics	Karen Gutiérrez	COORD. comercio exterior	comercioext@samara-cosmetics.com	4448958	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Karen Gutiérrez
SAMARA COSMETICS	ESTEFANIA DIMENCO	ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE LA CALIDAD	estefania@samara-cosmetics.com	4448958	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Estefania Dimenco
UNUDI	Helen Mer	SS.	h.mer@unudi.org	3120167000	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Helen Mer
Biointropic	Camb Pizarro	Gerente y Asesor	cpizarro@biointropic.com	304680435	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Camb Pizarro
Prebel S.A	Fraço Tapeta	Directora Técnica	fraco@prebel.com	310370695	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Fraço Tapeta
Jabones del Olivo	Mónica Luque	Directora Ejecutiva	mluque@jabonmedellin.com	3207225429	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Mónica Luque
Samara Cosmetics	SANTASO	Directora	svicente@samara-cosmetics.com	3006538831	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Santos
Jnd. Frotex	Dora Utrera	Directora Técnica	dutrera@frotex.com	3209274946	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Dora Utrera
FIP	Felisa Velásquez	Coord. Cosméticos	fvelasquez@fip.com	7491000	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Felisa Velásquez
Andi	Juan Castro	Dir.	jcastro@andi.com.co	3153074053	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Juan Castro
Biointropic	Claudia Betancur	Directora	director@biointropic.com	3154348332	<input checked="" type="checkbox"/> SI / <input type="checkbox"/> No / Claudia Betancur

*1 En cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013, le informamos que Usted tiene derecho de conocer, actualizar, rectificar y solicitar la supresión de sus datos personales en cualquier momento. La información de sus datos aquí recopilada, en caso de que Usted lo autorice, la utilizaremos para informarle sobre los servicios, eventos y capacitaciones ofrecidas por la ANDI o en convenio con otras organizaciones.

Anexos

Detalle de empresas y entidades participantes en las mesas (3/4)

Mesa	Entidades	Empresas
------	-----------	----------

Bogotá

- INVIMA
- ONAC
- Procolombia
- ICONTEC
- Cámara de Comercio de Bogotá
- Biointropic
- Innpulsa Colombia
- Universidad Nacional
- Invest in Bogotá
- ONUDI
- Instituto Nacional de Metrología

- Mary Kay
- Grupo Phoenix
- Laboratorios Esko
- Laboratorios M y N
- Luzan laboratorios
- Tecser Laboratorios
- Oriflame
- Natura
- Fidibio Combustibles
- Vhera Lucci
- Cerescos
- Belcorp
- Unilever

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
ANDI		CÓDIGO FT 5A-08	F. APROBACIÓN 04/10/2013	VERSIÓN 5	
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS					
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO					
Fecha: 5 DE ABRIL DE 2016					
Hora: 9:00 am - 1:00 pm					
Lugar: Avda. Dragón - Piso 8					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
PTP	Felisa Velásquez	Coord. Gestión y Ases.	felisa.velasquez@ptp.com.co	744 1000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Felisa Velásquez
Mary Kay Colombia	Florencia Dierckx	Sup. Anal. Neg. Cob. de	florencia.dierckx@marykay.com	745 2858	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Florencia Dierckx
Sag Nusec	Lina María	Dir. Cosméticos	lina.maria@nusec.com		<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Lina María
Univina	Wendy Mayrquez	Prof. Especializada	wendymayrquez@univina.com	2 948 400	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Mayrquez
INVIMA	Nohora Lugo	Prof. Especializada	nohoralugo@invima.gov.co	2 748 1000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Nohora Lugo
ONAC	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	742 7592	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
Grupo Phoenix	Anna Rosendo	Estadística Gen. y	anna.rosendo@phoenix.com	300 341 6111	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Anna Rosendo
Rob. Esko	Concepción Sánchez	Sty. Celos.	concepcion.sanchez@esko.com	2 775 160	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Concepción Sánchez
Lab. M.N.	Diana J. Berro	Gerente Comercial	diana.berro@labmn.com	213 781 576	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Diana J. Berro
Procolombia	Janina Alvarado	Analista Senior	janina.alvarado@procolombia.gov.co	58 00 100	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Janina Alvarado
ICONTEC	Sonia Sarmiento	Prof. Asesoramiento	soniasarmiento@icontec.gov.co	Ext. 2404	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Sonia Sarmiento
Servicio de Comercio de Bogotá	Janina Melo	Dir. Cluster de cosméticos	janina.melo@servicio.com	914 1000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Janina Melo
de Bogotá	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	Ext. 3101	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
de Bogotá	Diana Parra	Gerente Comercial	diana.parra@labmn.com	Ext. 2733	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Diana Parra

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
ANDI		CÓDIGO FT 5A-08	F. APROBACIÓN 04/10/2013	VERSIÓN 5	
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS					
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO					
Fecha: 5 DE ABRIL DE 2016					
Hora: 9:00 am - 1:00 pm					
Lugar: Avda. Dragón - Piso 8					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
Biointropic	Claudia Behar	Directora	claudia.behar@biointropic.com	315 4343 32	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Claudia Behar
Luzan Laboratorios	Luzmila Bernal	Gerente	luzmila.bernal@luzan.com	312 4344 93	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Luzmila Bernal
Tecser Laboratorios	Johanna Bernal	Dir. Asesoramiento	joanna.bernal@tecser.com	314 333 5061	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Johanna Bernal
Univina Colombia	Andrea Mosquera	Gerente Comercial	andrea.mosquera@univina.com	494 000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Andrea Mosquera
Mary Kay PTP	Concepción Sánchez	Sty. Celos.	concepcion.sanchez@ptp.com	7 47 1000	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Concepción Sánchez
Universidad Nacional	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	311 559 5014	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
Oriplane	A. De L. Torre	Asista. República LATAM	andrea.torre@oriplane.com	Ext. 2476	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO A. De L. Torre
Idom	María Soledad	Consultora	msol@idom.com	312 816 6942	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO María Soledad
Invest in Bogotá	Luzmila Bernal	Gerente	luzmila.bernal@luzan.com	312 4344 93	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Luzmila Bernal
Vhera Lucci	Felipe José Lara	Gerente Comercial	felipe.lara@vheralucci.com	Ext. 513	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Felipe José Lara
ANAC	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	Ext. 3101	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
CAB Esko	Myriam Moya	Directora	myriam.moya@esko.com	311 513 8533	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Myriam Moya

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
ANDI		CÓDIGO FT 5A-08	F. APROBACIÓN 04/10/2013	VERSIÓN 5	
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS					
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO					
Fecha: 5 DE ABRIL DE 2016					
Hora: 9:00 am - 1:00 pm					
Lugar: Avda. Dragón - Piso 8					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
Procolombia	Concepción Sánchez	Sty. Celos.	concepcion.sanchez@ptp.com	312 4344 93	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Concepción Sánchez
Procolombia	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	Ext. 3101	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
Procolombia	Wendy Villanueva	Profesional I+D	wendyvillanueva@onac.gov.co	Ext. 3101	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Wendy Villanueva
Natura	Araceli López	Gerente Comercial	araceli.lopez@natura.com	3003 1009 15	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Araceli López

Anexos

Detalle de empresas y entidades participantes en las mesas (4/4)

Mesa	Entidades	Empresas
------	-----------	----------

Bogotá

- INVIMA
- ONAC
- Procolombia
- ICONTEC
- Cámara de Comercio de Bogotá
- Biointropic
- Innpulsa Colombia
- Universidad Nacional
- Invest in Bogotá
- ONUDI
- Instituto Nacional de Metrología

- Mary Kay
- Grupo Phoenix
- Laboratorios Esko
- Laboratorios M y N
- Luzan laboratorios
- Tecser Laboratorios
- Oriflame
- Natura
- Fidibio Combustibles
- Vhera Lucci
- Cerescos
- Belcorp
- Unilever

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
CÓDIGO	F. APROBACIÓN	VERSIÓN			
FT-SA-08	04/10/2013	5			
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS BOGOTÁ			Fecha: 7 DE ABRIL 2016		
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO			Hora:		
Lugar:					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
PTP	Johanna Giraldo	Secretaria	giraldoj@ptp.com.co	7491000 ext 2027	[Firma]
Procolombia	Patricia Barrantes	Procuradora	pbarrantes@procolombia.gov.co		[Firma]
PTP	Fabiola Velez	Asistente	velezfab@ptp.com.co	7491000	[Firma]
ANDI	Irma Castro	Asistente	icastro@andi.org.co		[Firma]
ANDI - Promotores Comerciales y PTP	Juliana Giraldo	Coord. de la Mesa	giraldojul@ptp.com.co	3268500 ext 400	[Firma]
PTP - MINCI	Mónica González	Directora DIS	mgonzalez@ptp.com.co	5485820 ext 2027	[Firma]
PTP - MINCI	Diana Diaz	Ejecutiva Energía	ddiaz@ptp.com.co	3153160114	[Firma]
PTP - MINCI	Olga Cecilia	Asistente	olga@ptp.com.co	3123713673	[Firma]
INM	Bonne Gonzalez	Prof. Especializada	bonne@inm.gov.co	2542222 ext 1512	[Firma]
Cerescos	Denise Barrantes	Coordinadora AF	dbarrantes@cerescos.com.co	7433701 ext 2541	[Firma]
Cerescos	Maria Elena Goyari	Directora Comercial	mgoyari@cerescos.com.co	7433553 ext 3681	[Firma]
Unilever	Adriana Acero	A. Regulatorias	adriana.acero@unilever.com	4239700 ext 9667	[Firma]
ICONTEC	Sonia Sarmiento	Prof. Normalizadora	ssarmiento@icontec.org	6078888 ext 5458	[Firma]

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
CÓDIGO	F. APROBACIÓN	VERSIÓN			
FT-SA-08	04/10/2013	5			
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS BOGOTÁ			Fecha: 7 DE ABRIL 2016		
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO			Hora:		
Lugar:					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
Lab. ESTHO	Marcela Quintero	Co. Controladora	labesto@labesto.com	3132468255	[Firma]
Cerescos	Carolina Ariza	Jefe RD	carolina.ariza@cerescos.com	7430707	[Firma]
Cámara de Comercio de Bogotá	Diana Barrantes	Asistente	dbarrantes@ccbb.org.co	5485820 ext 2027	[Firma]
Jorge Laboratorios	Juliana Pineda	Asistente	jpineda@jorge.com.co	7451414	[Firma]
Oriflame	Andrés De La Torre	Asesor de Regulación	andres@oriflame.com	513249057	[Firma]
Universidad Nacional de Colombia	Bibiana Beltrán	Asistente	bbeltran@unad.edu.co	311133047	[Firma]
Mano de Comercio S.A.	Aracelis Macías	Asistente	amacias@mano.com.co	6446400	[Firma]
Pro Colombia	Sonia Albaladejo	Analista	sbaladejo@procolombia.gov.co	5000000 ext 400	[Firma]
PTP	Juan Carlos Pineda	Asistente	jpineda@ptp.com.co	7491000	[Firma]
Mary Kay Colombia	Eliana Diaz	Asistente	ediaz@marykay.com.co	7486167	[Firma]
David Comal L.	Juan Carlos Pineda	Asistente	jpineda@comal.com.co	7423030	[Firma]
Belcorp	Fernán Ortiz	Asistente	f.ortiz@belcorp.biz	6930404/11428	[Firma]
Lab. M&L	Josefina Pineda	Asistente	jpineda@labml.com.co	733140511	[Firma]

FORMATO REGISTRO DE ASISTENCIA REUNIONES Y COMITÉS					
CÓDIGO	F. APROBACIÓN	VERSIÓN			
FT-SA-08	04/10/2013	5			
Nombre del Comité o Reunión: ACTUALIZACIÓN PLAN DE NEGOCIOS BOGOTÁ			Fecha: 7 DE ABRIL 2016		
Responsable de la Reunión: JULIANA GIRALDO			Hora:		
Lugar:					
1. EMPRESA	2. ASISTENTE	3. CARGO	4. E-MAIL	5. TELÉFONO Y EXT. Y/O CELULAR	6. Autorización tratamiento de datos* / Firma
INVIMA	Isabella Jaque Hdz	Prof. Especializada	isabella.jaque@invima.gov.co	2948700	[Firma]
INVIMA	Simón Nieves H	Director Comercial	snieves@invima.gov.co	2948700	[Firma]
INVIMA	José Moisés	Prof. Especializado	moises@invima.gov.co	2948700	[Firma]
Una Compañía de T. Alimentos	Juliana Giraldo	Asistente	giraldojul@unacompania.com	6063676 ext 1100	[Firma]
VHERA LUCCI	JULIANA GIRALDO	GT. COMERCIAL	giraldojul@vheralucci.com	6891887	[Firma]