



Shampoo de cebolla Anyeluz

Mary Alejandra Carvajal Sepúlveda

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Tecnología en Mercadeo Internacional

mayo de 2022

Shampoo de Cebolla Anyeluz

Mary Alejandra Carvajal Sepulveda

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo en
Mercadeo Internacional

Vladimir Álvarez Rojas

Ingeniero De Sistemas Magíster Organizacional

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Tecnología en Gestión de Mercadeo

mayo de 2022

Dedicatoria

Dedico este proyecto.

A mi hijo Mateo Carvajal Sepúlveda, él es mi motivación, mi razón de ser y mi más grande orgullo, me da la fuerza que necesito cada día para continuar, para ser mejor persona, para buscar nuevas y mejores oportunidades para ofrecerle siempre lo mejor.

A mi madre Delia Rosa Sepulveda Mesa por darme todo su apoyo, amor incondicional e impulsarme a seguir adelante a pesar de las adversidades.

¡Con amor ¡

Mary Alejandra Carvajal

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a Dios por el regalo de la vida, por permitirme estar aquí y vivir esta experiencia, cumplir mis metas y alcanzar mis sueños; también quiero aprovechar este espacio para enaltecer y agradecerle a mi tutor Vladimir Álvarez Rojas por apoyarme y guiarme en cada una de las fases de este proyecto, por el tiempo dedicado por compartirme sus conocimientos, para obtener los resultados esperados; también le quiero agradecer a mi familia por ser mi red de apoyo y quiero hacer especial mención a mi Madre porque sin su paciencia y amparo este proceso hubiese sido posible.

Contenido

1	Dedicatoria.....	3
2	Agradecimientos	4
3	Lista de tablas	7
4	Resumen	8
5	Abstract.....	9
6	Introducción	10
7	CAPÍTULO I	11
8	Planteamiento del Problema	11
8.1	Enunciar el problema	11
8.2	Preguntas específicas.....	11
9	Justificación.....	12
10	Objetivos	14
10.1	Objetivo general:.....	14
10.2	Objetivos específicos:	14
11	CAPÍTULO 2	15
12	Marco teórico.....	15
13	Metodología.....	17
14	Diagnóstico.....	17
14.1	Descripción del producto:.....	17
14.2	Descripción del país a exportar:.....	18
14.3	Inteligencia de mercados	19
14.3.1	Tamaño del mercado:	19
	Descripción de los principales demandantes del mercado:	19
15	Análisis del proceso de distribución:	20
15.1	Segmentación del público objetivo:.....	21
15.2	Canales de distribución	21
15.3	Matriz de competidores.....	21
16	Propuesta Plan exportador y posicionamiento internacional.	22
16.1	Pestel:.....	22

16.1.1	Políticos:.....	23
16.1.2	Económicos:.....	23
16.1.3	Sociales.....	23
16.1.4	Tecnológicos.....	23
16.1.5	Ecológicos.....	24
16.1.6	Legales.....	24
16.2	Matriz DOFA.....	25
16.4	5 fuerzas de Porter.....	26
16.5	26
18	Estrategias.....	27
18.1	Estrategias de diferenciación:.....	27
18.2	Estrategias de concentración o enfoque de especialista.....	27
18.3	Estrategias de crecimiento por diversificación.....	27
18.4	Estrategias de penetración.....	27
19	Diagrama de Gantt.....	28
20	Conclusiones y recomendaciones.....	29
20.1	Conclusiones.....	29
20.2	Recomendaciones.....	29
21	Referencias.....	30

Lista de tablas

<u>TABLA 1</u>	<u>12</u>
<u>TABLA 2</u>	<u>19</u>
<u>TABLA 3</u>	<u>20</u>
<u>TABLA 4</u>	<u>20</u>
<u>TABLA 5</u>	<u>21</u>
<u>TABLA 6</u>	<u>24</u>
<u>TABLA 7</u>	<u>28</u>

Resumen

Este proyecto de investigación consiste en construir estrategias de marketing orientadas a producción y producto, para la exportación de productos cosméticos al mercado de Bélgica, basado la participación que tiene Colombia en el mercado internacional, respecto a este sector teniendo en cuenta en los porcentajes de importación y exportación en los últimos años.

La metodología de este proyecto se llevó a cabo con información de bases de datos, documentos públicos de Colombia y Bélgica, con el fin de ampliar el conocimiento de estrategias y procesos de mercadeo internacional, para la exportación de productos cosméticos para el mercado de Bélgica

Esta investigación documenta el déficit que tiene Colombia en las exportaciones y la disminución de los productos cosméticos exportados.

***Palabras claves:** Marketing estrategias exportaciones cosméticos Competitivo*

Abstract

This research Project consists of buildings strategies of Marketing oriented to the production and product, for the exportation of cosmetics products to the Belgium market, it is based in the participations that Colombian has in the international market, for this sector taking into account importan and export percentages in recent years.

The methodology of this Project was carried out with information from data bases, public documents from Colombian and Belgium in order to broaden knowledge of international marketing strategies and processes, for the export of cosmetic products for the Belgium market.

This research documents the déficit that Colombian has in exports and the decrease of exported cosmetic products.

Keywords: *Marketing strategies exports cosmetics Competitive*

Introducción

Colombia tiene grandes marcas que se dedican a la fabricación de productos para el cuidado de la piel y el cabello de los cuales solo se exporta una cantidad mínima de lo producido; además en los últimos tres años las exportaciones de productos cosméticos han ido disminuyendo de manera paulatina, debido a que las empresas les falta conocimiento del proceso de exportación, no quieren asumir riesgos, no tienen capital para la inversión, el proceso es largo y complejo entre otros. El mercado internacional cada día es más volátil, la cantidad de productos sustitutos va en aumento, Anyeluz tiene un nicho de mercado específico, sin embargo, es necesario un estudio de mercado para diferenciar y clasificar los clientes reales de los potenciales, para adecuar el producto de acuerdo con sus necesidades para que su valor agregado sea más alto.

Este proyecto de investigación cuenta con un marco teórico que sustenta el proceso de investigación, además cuenta con datos obtenidos de fuentes oficiales, como Cámara y Comercio, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Oficina de información diplomática de Bélgica, entre otros, respecto a tema de investigación la información fue recolectada de bases de datos entre ellos esta Scielo, Scopus, Procolombia.

La metodología empleada es de análisis y síntesis con este método se orienta el proyecto con los objetivos (general y específicos) para la solución de la problemática, estableciendo la situación actual de Colombia y Bélgica.

Esta investigación contiene el planteamiento y formulación del problema, objetivos (general y específicos), marco teórico, metodología, y diagnóstico, finalmente se incluyen las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

Planteamiento del Problema

Enunciar el problema: En Colombia existe un déficit de las exportaciones con respecto a las importaciones, en el año 2022 las exportaciones han aumentado con respecto al año 2021, sin embargo en el ítems otros sectores se redujo 1.5%, en este se encuentra el sector cosmético (**Oficina de Estudios Económicos, 2022**), Colombia tiene grandes marcas que se dedican a la fabricación de productos para el cuidado de la piel y el cabello de los cuales solo se exporta un 9% de lo producido.

La falta de conocimiento de estrategias y procesos de mercadeo internacional son una gran limitante para los procesos de exportaciones de productos cosméticos, debido a que no se tiene bien clara el área geográfica, los costos, tiempo, procesos, documentación, segmentación de clientes reales y potenciales. Esto implica que no se están aprovechando los recursos de forma eficiente y que los esfuerzos de mercadeo se están perdiendo.

Preguntas específicas:

- ¿Por qué es importante la exportación para las empresas?
- ¿Por qué es importante conocer las estrategias y los procesos de mercadeo internacional?
- ¿Por qué el mercado de Bélgica es ideal para la exportación de productos cosméticos?

Justificación

El propósito de esta investigación es conocer y comprender la importancia del marketing dirigido a producto y promoción para la exportación de productos cosméticos al mercado de Bélgica, también es importante evaluar las empresas Colombianas para identificar la razón por la cual actualmente solo está exportando un 9% de los productos que fabrica y así determinar cuál es el método más adecuado para la comercialización de los productos cosméticos en el exterior (Procolombia, Programas de Educación exportadora, 2022).

Tabla 1
Exportaciones colombianas



Tabla1: esta tabla nos muestra como han disminuido las exportaciones de productos cosméticos en Colombia

En la gráfica anterior se muestra las exportaciones de los últimos tres años, y se evidencia como estas han disminuido paulatinamente, es importante verificar los productos de similares al

igual que los sustitutos, las estrategias de marketing empleadas para su comercialización para mejor visualización de los competidores.

En el momento que una empresa decide iniciar su proceso de exportaciones debe tener en cuenta cuál es su mercado objetivo y la manera como va llegar a él y debe diferenciar entre sus clientes reales y potenciales, la internacionalización de una compañía es un proceso complejo, sin embargo, con los recursos económicos, tecnológicos, las capacitaciones y la investigación de mercado bien estructurada puede llegar a ser una empresa altamente exportadora. (Rodrigues & Niño, 2022), toda empresa debe hacer un plan de mercado y fijar metas a corto y largo plazo para mitigar el riesgo de pérdidas.

Con esta investigación se busca que la industria de los cosméticos colombianos encuentre aliados en mercados internacionales que les ayuden a impulsar su proceso de exportación. (Procolombia, Programas de Educación exportadora, 2022), los aliados estratégicos son una ventaja comparativa en gestiones logísticas, y recopilación de información.

Objetivos

Objetivo general:

- Construir estrategias de marketing orientadas a producción y producto, para la exportación de productos cosméticos al mercado de Bélgica

Objetivos específicos:

- Identificar métodos y procesos de marketing internacional efectivos y concluyentes para minimizar el riesgo en las exportaciones de productos cosméticos al mercado de Bélgica.
- Investigar las normas y procesos vigentes en Bélgica para la comercialización de productos cosméticos.
- Recopilar información de manera asertiva para la optimización de resultados y maximizar las probabilidades de éxito en las exportaciones de productos cosméticos a Bélgica.

CAPÍTULO 2

Marco teórico

Las teorías que se van a tener en cuenta para la sustentación de este trabajo es la guía para el éxito de la compañía, así se podrán dirigir todas las estrategias de manera eficaz; las teorías están enfocadas al cumplimiento de los objetivos. El desarrollo organizacional es fundamental en todas las empresas y este debe aplicarse no solo en las relaciones internas sino también en las externas, con clientes, proveedores, distribuidores, y con empresas aliadas para garantizar la correcta ejecución de los proyectos, dinamizando las relaciones humanas, se garantiza el funcionamiento y la eficiencia de las compañías, el conjunto de tácticas y cambios estipulados deben estar acompañados de capacitación a todo el personal para su implementación. (Garzon, 2022) La teoría de las relaciones humanas de Elton Mayo y la teoría de la administración por Frederick Taylor son un gran pilar para esta investigación, debido a que sustentan y mantienen el equilibrio dentro de la organización para eliminar el desperdicio de tiempo y las pérdidas sufridas en las empresas, elevar los niveles de productividad mediante la aplicación de métodos y técnicas de ingeniería industrial (Taylor, 2022) La teoría de las relaciones humanas considera que las motivaciones de los trabajadores no sólo son de índole económica y psicosocial, también están necesidades de aprendizaje y actualización de conocimientos y las relacionadas con la ejecución del trabajo mismo, lo que permitirá a la empresa estar en continua mejora de procesos (Mayo, 2022) También tenemos la administración por objetivos y el liberalismo económico que permite encaminar las metas de la empresa para pasar de lo micro a lo macro; “la teoría neoclásica los considera medios en la búsqueda de la eficiencia, pero enfatiza fuertemente en los fines y los resultados, en la búsqueda de éste.” (Droetta, 2022) “La esencia del liberalismo económico es también la libertad del individuo. Esa

libertad que, guiada por el interés personal, permitiría, según sus teóricos, conseguir claros objetivos concernientes al bien colectivo y la eficiencia. Para complementar la información anterior vamos a tener en cuenta la teoría clásica de comercio internacional del coste de oportunidad de la cual hace énfasis en el valor del trabajo y la toma de decisiones, los puntos básicos para la aplicación efectiva de esta teoría, son las ganancias del comercio, Los patrones del comercio, Los términos de intercambio y la generación de valor coste beneficio, estas decisiones de coste de oportunidad pueden determinar el rumbo de las compañías ya sea de éxito o de fracaso (Haberler, 2022); la productiva y equidad distributiva determina quien y en qué momento se tienen que hacer las actividades garantizando un mayor rendimiento de la compañía disminuyendo las pérdidas generadas por el tiempo de ocio mal empleado en la jornada laboral aumentando la productividad diaria (Prebisch, 2022) teniendo en cuenta lo estos aspectos se puede emplear el modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith y modelo de la ventaja comparativa de David Ricardo, en las cuales fundamenta la importancia de que las organizaciones identifiquen cuál es su punto fuerte y potenciarlo al máximo para garantizar el liderazgo en precios, valor agregado y diferenciación del mercado es importante que las empresas empleen estrategias diferentes y elijan criterios propios de enfoque para cada una, aunque el producto sea comparable o similar a otro siempre debe tener un factor que sea percibido como único por los consumidores (Smith & Ricardo, 2022).

Las tendencias del mercado actual son muy inestables, debido a la cantidad de productos sustitutos existentes, proveedores y clientes, por eso importante tener la cadena de valor bien establecida para que la ventaja competitiva de la empresa sea superior a la de la competencia desde diseñar, fabricar, comercializar, entrega y venta del producto (Porter, 2015).

Metodología

Para hacer este proyecto de investigación que tiene como objetivo principal Construir estrategias de marketing orientadas a producción y producto, para la exportación de productos cosméticos al mercado de Bélgica, el tipo de investigación es de análisis y síntesis, dentro de esta técnica se emplearon fuentes oficiales y bases de datos certificadas para la obtención de la información confiable y verídica que permiten investigar, identificar y recopilar informes para la solución del problema.

Diagnóstico.

Descripción del producto:

Shampoo de Cebolla roja de Anyeluz: este producto está compuesto principalmente de cebolla roja, la cual contiene quercetina (que son pigmentos naturales con poderosos antioxidantes) el cual mejora la resistencia del cabello, evitando su ruptura y descamación, su formulación tiene activos que promueven el crecimiento del cabello, tiene incorporado cascos cebolla natural, que por medio de un proceso de desnaturalización se elimina el olor desagradable de la misma, sin embargo, se logra extraer sus componentes activos que tradicionalmente han funcionado en el crecimiento del cabello. El Shampoo de Cebolla de la marca ANYELUZ® es el único en el mercado que trae la cebolla adentro, lo cual lo convierte en una fórmula única concentrada. Su aporte de azufre estimula el flujo sanguíneo y actúa como antiinflamatorio. Asimismo, el shampoo es sin sal y libre de parabenos, limpia la grasa y reduce las irritaciones del cuero cabelludo hace que el folículo piloso se abra iniciando un crecimiento sano y fuerte, también aporta brillo y es apto para todo tipo de cabello (incluyendo niños), lo puedes usar cada vez que desees lavarte el cabello.

La presentación de este producto es de 500 ml, su contenido es incoloro, el envase es biodegradable, la forma del tarro es alargada y transparente, la tapa es violeta, y su etiqueta es blanca las letras y la decoración son violeta y dorado

Descripción del país a exportar:

El país para exportar es Bélgica, Nombre oficial Reino de Bélgica tiene una superficie de 30.688 Km², Limita al norte con los Países Bajos y con el Mar del Norte, al este con Alemania y al sur con Luxemburgo y Francia su capital es Bruselas; tienen tres idiomas oficiales neerlandés, francés y alemán, la mayoría de sus habitantes pertenecen a la religión católica, la moneda vigente es el Euro, la forma del Estado es monarquía parlamentaria y federal, Bélgica es un Estado Federal, integrado por dos tipos de entidades federadas; las Regiones y las Comunidades, que tienen personalidad jurídica distinta de la del estado, disponen de órganos legislativos y ejecutivos propios, y ejercen de manera autónoma competencias transferidas desde el Gobierno federal (Oficina de información diplomática, 2022).

Más del 50% de la población de Bélgica son mujeres, cada día que pasa el empoderamiento femenino crece y se hace más fuerte, hacen parte del parlamento, son empresarias independientes, abogadas, artistas, ya no tienen limitantes con respecto a la elección de profesión; cada partido tiene la obligación de postular mujeres como mínimo en un 34%.

Inteligencia de mercados

Tamaño del mercado:

El mercado potencial es del 50.70% de la población (5'858.417 mujeres)

Tabla 2
Población de Bélgica

Bélgica - Población				
Fecha	Densidad	Hombres	Mujeres	Población
2020	378	5.707.624	5.858.417	11.554.767
2019	377	5.681.225	5.841.215	11.522.440
2018	375	5.644.826	5.810.693	11.455.519
2017	373	5.614.218	5.784.371	11.398.589
2016	372	5.589.272	5.762.455	11.351.727
2015	370	5.569.264	5.741.853	11.311.117

Tabla2: Esta tabla nos proporciona la información completa de la Población de Bélgica

Descripción de los principales demandantes del mercado:

Son mujeres que tengan el cabello maltratado y deseen recuperarlo, para las que les gusta el cuidado capilar, para las que tienen cabello graso o reseco, este producto se adapta a todo tipo de cabello y es apto para el uso en niñas; este producto es ideal para las mujeres debido a que la inseguridad social es relativa, las mujeres hoy en día se preocupan por cosas muy diversas, invierten más recursos buscando seguridad, debido a que se tiene la idea de que en las relaciones sociales la apariencia física es un gran determinante para su éxito, El shampoo de cebolla Anyeluz esta creado para el cuidado y fortalecimiento del cabello, reduciendo así la incertidumbre en las mujeres y devolverle la seguridad y confianza que necesitan.

Análisis del proceso de distribución:

El proceso de exportación a Bélgica inicia en la ciudad de Bogotá, el primer transporte es en un camión hasta el puerto de Cartagena, allí se realizan los tramites de aduana (Salida de mercancías), posteriormente continuamos con la carga de la mercancía en un contenedor de 20' x 8' x 8'6, la carga llega de manera directa al puerto de Amberes - Antwerpen, se realizan las operaciones de aduana (ingreso de mercancías) y luego el transporte local terrestre para su distribución en el país. **(Procolombia, Perfil de logística desde Colombia hacia Bélgica, 2022)**, este país es ideal para el envío de mercancías no solo por su mercado sino también por la facilidad de acceso marítimo y aéreo adicional a esto la logística de distribución interna es excelente.

Tabla 3
Canales Marítimos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Amberes-Antwerp	Cartagena	Directo	18
	Barranquilla	Santa Marta-Colombia	18
	Santa Marta	Directo	12
	Buenaventura	Balboa-Panamá	22
Zeebrugge	Cartagena	Directo	16
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	18
	Santa Marta	Antwerp-Bélgica	13
	Buenaventura	Manzanillo-Panamá	31

Tabla3: muestra en detalle la ruta del canal marítimo y el tiempo de entrega.

Tabla 4
Canales aéreos

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia
Avianca	Madrid-España	VI, SA
	New York-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	Washington-Estados Unidos	LU, MI, JU, VI, SA, DO
Cargolux	Ámsterdam-Países Bajos	MI, VI
Iberia	Madrid-España	VI
LATAM	Madrid-España	VI
KLM	Ámsterdam-Países Bajos	MA, SA, DO
Martinair	Ámsterdam-Países Bajos	SA
Air France	París-Francia	LU, MA, MI, SA, DO
Delta Airlines	Atlanta-Estados Unidos	MA, JU, VI, SA, DO
United Airlines	Newark-Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO

Tabla4: muestra en detalle la ruta del canal aéreo y la frecuencia de los viajes

Segmentación del público objetivo:

El shampoo de cebolla Anyeluz se va a exportar al continente europeo, país Bélgica, inicialmente en la ciudad de Amberes a mujeres auténticas, independientes, que se preocupan por su apariencia personal, que quieren cuidar recuperar su cabello.

Canales de distribución

Los canales de distribución que se usaran son tiendas mayoristas como almacenes de cadena y minoristas como cosméticas y salones de belleza para garantizar el fácil acceso al producto.

Matriz de competidores

- Estrategias agresivas (1) - Estrategias Defensivas (2) -Estrategias competitivas (3)
- Precios bajos (1) - Precios regulares (2) - Precios altos (3)
- Exportados (1) Nacionales (2)

Tabla 5
creación propia

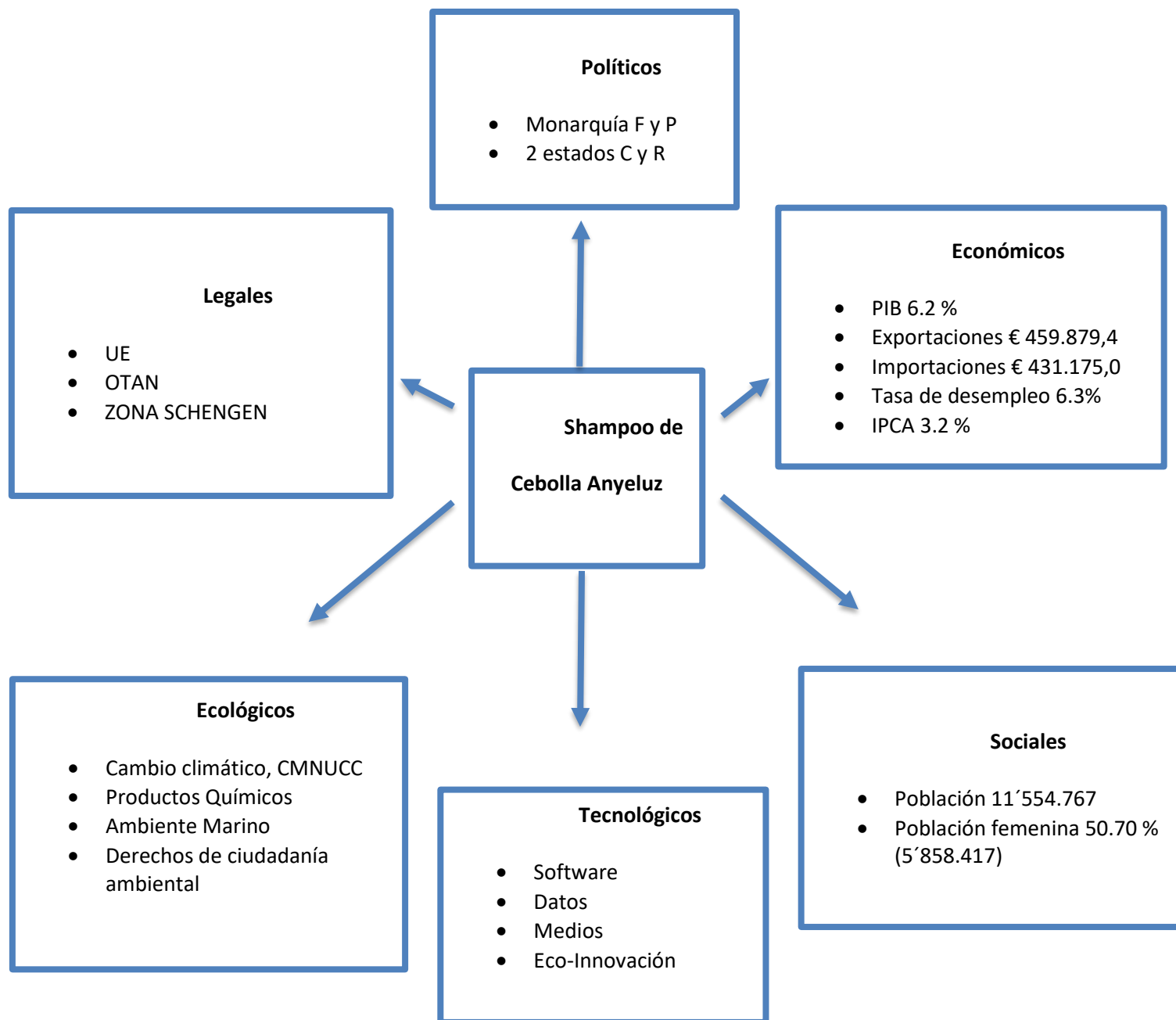
Producto	Estrategia	precios	Exportados o Nacionales
Mundial de cosmectis	3	3	2
Hébéa	2	3	1
Lemon products	3	1	2
Coco´s luxury beauty bar	1	2	1
Estee Laurder	2	2	1
A lot BVBA	1	1	1

Tabla5: Esta tabla es la matriz del estudio de los principales competidores en

Bélgica

Propuesta Plan exportador y posicionamiento internacional.

Pestel:



Políticos:

La forma del estado de Bélgica es Monarquía Parlamentaria y Federal, el estado Federal tiene dos entidades las regiones y las comunidades, cada partido político por ley tiene el deber de emplear mujeres con las mismas condiciones y beneficios que los hombres, las mujeres pueden postularse para la vacante que deseen (Oficina de información diplomática, 2022)

Económicos:

La situación económica actual de Bélgica es muy favorable para el comercio debido a que su PIB está en constante crecimiento sus importaciones y exportaciones van en aumento y su tasa de desempleo está en 6.3%. Aspectos que son muy positivos para la comercialización de productos cosméticos (Oficina de información diplomática, 2022)

Sociales

Población: 11'554.767, 50.70 % De la población son Mujeres (5'858.417), ubicado estratégicamente en el centro de la Unión Europea, Bélgica es el centro de actividad económica más importante de la región y la puerta de entrada a un mercado con cerca de 500 millones de clientes. Gracias a diversos incentivos de inversión propuestos por el gobierno federal y regional, como la reducción de impuestos y la asistencia financiera cuenta con un entorno comercial favorable

Tecnológicos

Es uno de los países más innovadores del mundo en software, datos y medios de comunicación también tiene planes de eco-innovación; además Bélgica ocupa el puesto 3 en cuanto a desempeño e innovación logística. (Oficina de información diplomática, 2022)

Tabla 6
Indicadores de medición LPI

Logistics Performance Index de Bélgica

LPI	Puntaje	Puesto
	4,04	3
Aspectos evaluados		
Eficiencia aduanera	3,66	16
Calidad de la infraestructura	3,98	9
Competitividad de transporte internacional de carga	3,99	20
Competencia y calidad en los servicios logísticos	4,13	11
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,05	5
Puntualidad en el transporte de carga	4,41	13

Tabla6: Muestra la valoración de los procesos logísticos en Bélgica

Ecológicos

Bélgica tiene una tecnología que permite producir combustible a partir de gases residuales, también tiene modelos Circulares para reducir de Contaminación por medio de un proceso de eliminación, además hay asociaciones que impulsan un cambio importante y permanente. (Oficina de información diplomática, 2022)

Legales

Bélgica hace parte de la Unión Europea (UE) y de la Organización del Tratado Atlántico Norte (OTAN). **Zona Schengen** con 26 países para libre circulación de personas, bienes y servicios para facilitar la movilización de mercancías y hacer el proceso de comercialización más rápido y efectivo. (Procolombia, Programas de Educación exportadora, 2022)

Matriz DOFA

Análisis D.O.F. A	Oportunidades	Amenazas
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en los últimos años • Adaptación a la variación • Diferenciación del mercado • Adaptación a las nuevas tendencias 	<p>FO: max – max</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciar procesos de exportación • Buscar aliados estratégicos e inversores • Mejorar continuamente el producto para el cliente 	<p>FA: max – min</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar las relaciones con los clientes para conservar su fidelidad • Crear nuevas estrategias de mercado
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de recursos humanos • Alto costo de exportación • Disponibilidad de recursos financieros 	<p>DO: min – max</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciar procesos de automatización • Aprovechar las nuevas inversiones • Capacitar a los colaboradores en temas de exportaciones 	<p>DA: min – min</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y desarrollar estrategias para mitigar el riesgo con los competidores • Hacer acuerdos con proveedores

5 fuerzas de Porter

La amenaza de los productos sustitutos es media, hay muchos que cumplen con la tarea de reparar el cabello maltratado sin embargo su funcionabilidad es distinta

El poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que Anyeluz puede adquirir los ingredientes para su shampoo de otras fuentes

La rivalidad de competidores es demasiado alta tanto en Colombia como en Bélgica hay muchas empresas dedicadas al cuidado capilar

El poder de negociación de los clientes es mínimo en el mercado hay muchas marcas de shampoo de Cebolla sin embargo Anyeluz tiene un alto valor agregado

La amenaza de los nuevos competidores es muy alta debido a que el mercado femenino es muy variante y cada día se crean mas empresa enfocados en este público e ingresan al mercado con precios muy bajos

Estrategias

Estrategias de diferenciación:

- Acceso a información de manera inmediata del producto por medio de la página oficial de Anyeluz.
- Asesoría personalizada a través de nuestros canales de atención al usuario.
- Eficacia en los tiempos de entrega.
- El shampoo de cebolla Anyeluz es el único en el mercado que tiene rodajas de cebolla dentro del shampoo.

Estrategias de concentración o enfoque de especialista

- Anyeluz es una empresa que es de mujeres para mujeres, con el shampoo de cebolla está reafirmando su razón de ser, cada día se busca satisfacer las necesidades de un público objetivo tan volátil como es la mujer.

Estrategias de crecimiento por diversificación

- Diversificación horizontal Anyeluz es una empresa que ya diversificó sus servicios a nivel nacional no solo cuenta con los productos de cuidado capilar, sino también con productos de maquillaje y cuidado para el rostro, la idea ampliar el portafolio en Bélgica para que las consumidoras los puedan adquirir de una manera más simple.

Estrategias de penetración

- El producto inicialmente se va a introducir en almacenes de cadena tiendas especializadas en cosméticos y salones de belleza.
- Se lanzarán pautas publicitarias en ese país sobre los beneficios y el uso del producto

Diagrama de Gantt

Tabla 7
Diagrama de Gantt

Actividad	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Indicador	Recursos	Responsable
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4			
Planteamiento del problema																	Formulación del proyecto escrito en Word	celular y computador, internet, bases de datos páginas del estado Word, Excel y Power Point, recurso humano.	Mary Alejandra Carvajal
Marco teórico																			
Metodología																			
Investigación																	Resultados		
Revisión de bases de datos científicas y documentos publicos para el analisis del contexto																	Recopilación de la información de las bases de datos y documentos publicos en el proyecto		
Consulta de páginas gubernamentales e institucionales para verificar los aseectos legales, politicos y economicos del comercio																			
verificación del perfil logístico entre colombia y belgica																			
Análisis competidores directos e indirectos, clientes y consumidores																	planteamiento de los hallazgos y análisis de de la información recopilada		
automatizar procesos para los productores																	Materialización de estrategias		
conclusiones y recomendaciones																	proyecto en Word		
Entrega del proyecto final																	Entrega fina		
Sustentación del proyecto																	presentacion de la investiaacion		

Tabla7: creación propia

Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

- El conocimiento y los procesos de exportación son muy complejos y requieren una inversión de tiempo y recursos financieros significativos por parte de la compañía, por lo que las empresas no desean asumir este riesgo, sin embargo también tiene grandes beneficios tales como, diversificar el mercado, incremento en ventas, generar economías a gran escala, alianzas estratégicas en el mercado extranjero y más oportunidades empleo aun así, las exportaciones de productos cosméticos han disminuido paulatinamente en los tres años, Colombia es un gran productor de cosméticos, sin embargo solo está exportando un 9% de lo que produce, en el análisis de esta investigación se puede observar la oportunidad que tienen los empresarios Colombianos para realizar este tipo exportaciones ya que, los hábitos de consumo de los productos capilares son muy altos, debido a los estándares establecidos por la sociedad.

Recomendaciones

- Ampliar la información de los procesos de exportación, que sea clara y puntual para que las pequeñas empresas se interesen y empiecen sus proyectos de exportación.
- Mejorar o simplificar los procesos de exportación para aprovechar las ventajas comparativas y competitivas de país y expandir el mercado de una manera más eficiente.
- Hacer un análisis con mayor precisión para determinar cuáles son las falencias más relevantes que tiene Colombia en sus procesos de Exportaciones.

Referencias

- Droetta, V. (16 de 04 de 2022). *TEORIA NEOCLÁSICA DE LA ADMINISTRACIÓN*. Obtenido de TEORIA NEOCLÁSICA DE LA ADMINISTRACIÓN:
https://www.academia.edu/32252639/TEORIA_NEOCL%C3%81SICA_DE_LA_ADMINISTRACI%C3%93N
- Garzon, M. A. (20 de 05 de 2022). *El desarrollo Organizacional*. Obtenido de El desarrollo Organizacional: https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=RDFJi-fNWNMC&oi=fnd&pg=PA13&dq=teoria+desarrollo+organizacional+administracion&ots=y-T08n8fba&sig=rihEJ5_HgQsBGkPqk6Y2fJbGC8o#v=onepage&q&f=false
- Haberler, G. (20 de 05 de 2022). *The Quarterly Journal of Economics, Volume 90*. Obtenido de The Quarterly Journal of Economics, Volume 90: <https://doi.org/10.2307/1886081>
- Kanvel. (15 de 04 de 2022). *Distribución internacional: estrategias, sistemas y claves legales que hay que conocer*. Obtenido de Distribución internacional: estrategias, sistemas y claves legales que hay que conocer: https://kanvel.com/distribucion-internacional/#Operaciones_de_aduana
- Mayo, E. (14 de 04 de 2022). *Relaciones Humanas*. Obtenido de Relaciones Humanas: <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=xl-mNgBMlfsC&oi=fnd&pg=PA19&dq=teoria+de+las+relaciones+humanas&ots=n7XaoizW07&sig=DraGFHz462RHbcNwe8LoIOvddmw#v=onepage&q=teoria%20de%20las%20relaciones%20humanas&f=false>

Oficina de Estudios Económicos, M. d. (18 de Marzo de 2022). *Informe de exportaciones enero de 2022* . Obtenido de Informe de exportaciones enero de 2022 :

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-exportacion/2022/enero/oee-mab-informe-de-exportaciones-a-enero-de-2022.pdf.aspx>

Oficina de información diplomática, f. p. (20 de 04 de 2022). *Bélgica Reino de Bélgica*. Obtenido de Bélgica Reino de Bélgica:

https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/BELGICA_FICHA%20PAIS.pdf

Prebisch, R. (21 de 04 de 2022). *Teoría Neoclásica del liberalismo económico*. Obtenido de

Teoría Neoclásica del liberalismo económico:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11908/007171192_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Procolombia. (24 de 04 de 2022). *Perfil de logística desde Colombia hacia Bélgica*. Obtenido de

Perfil de logística desde Colombia hacia Bélgica:

[file:///C:/Users/mcsal1bqn/Downloads/perfil_logistico_de_belgica%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/mcsal1bqn/Downloads/perfil_logistico_de_belgica%20(1).pdf)

Procolombia. (02 de 04 de 2022). *Programas de Educación exportadora*. Obtenido de

Programas de Educación exportadora: <https://www.colombiatrade.com.co/programas-de-formacion/progrmas-de-adequacion-exportadora#>

Rodrigues, S., & Niño, J. (02 de 04 de 2022). *Building social capital for internationalization*.

Obtenido de Building social capital for internationalization:

<https://www.scielo.br/j/rac/a/9jX8pkJJrG6yXbNTR45NvVh/?lang=en>

Smith, A., & Ricardo, D. (20 de 05 de 2022). *Teorias de ventaja absoluta y comparativa*.

Obtenido de Teorias de ventaja absoluta y comparativa:

<https://economipedia.com/definiciones/teoria-la-ventaja-absoluta.html>

Taylor, F. (16 de 04 de 2022). *Enfoque clasico de la Administracion*. Obtenido de Enfoque

clasico de la Administracion:

http://www.webquestcreator2.com/majwq/files/files_user/54911/Teor%C3%8Da%20de%20la-administracion%20cientifica.pdf