

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Sector: Alimentos y Bebidas



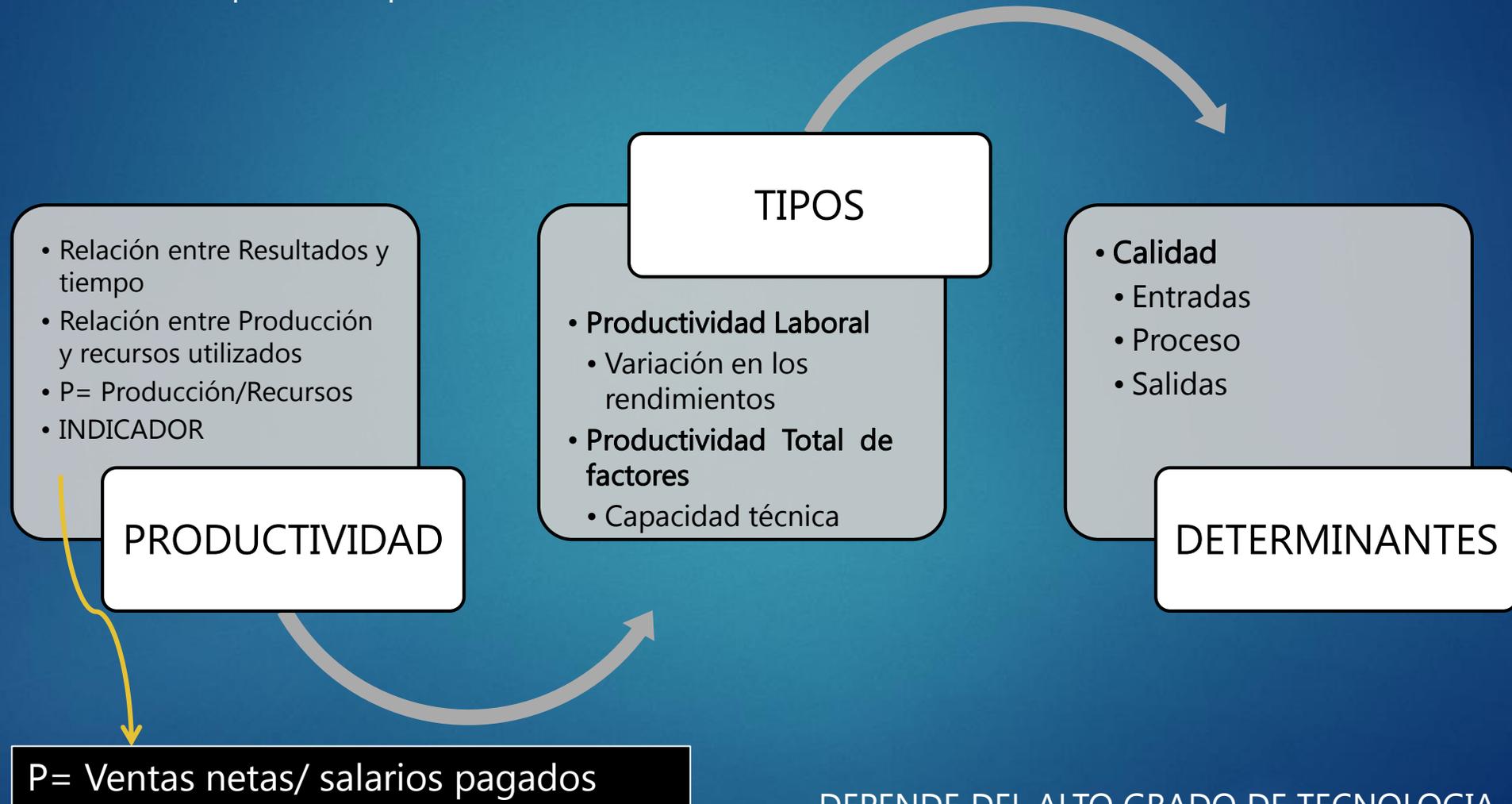
1. CARACTERIZACION DEL SECTOR

- ✓ Variables económicas
 - Importancia del sector en la economía Colombiana: representación en el PIB, PIB industria, producción y ventas, contribución al empleo, exportaciones, importaciones. Participación regional en la producción nacional y demás indicadores; balanza comercial del sector
- ✓ Tendencias mundiales, retos y oportunidades
 - Tratados de libre comercio en los que se incluye el sector, principales exportadores e importadores de refrescos en el mundo.

- Empresas productoras a nivel nacional y regional
 - Cifras de consumo de refrescos a nivel nacional e internacional
 - Agremiación a la que se encuentra adscrito el sector
 - Innovación aplicada en las empresas del sector, diversificación
- ✓ Análisis productividad vrs competidores
- Cadena de valor vrs. Diamante de Porter

PRODUCTIVIDAD

La productividad busca mejorar los resultados sin incrementar los recursos a utilizar, lo cual redundaría en una mayor rentabilidad para la empresa



2. MATRIZ DE VALORACION COMPETITIVA

Matriz de Valoración de Factores – Contexto País



MATRIZ DE VALORACION DE FACTORES COMPETITIVOS: PAIS

VARIABLES INDICADORES	No	PONDER. GENERAL	PONDER. GRUPAL	VALORACIÓN										RESULT. GRUPAL	RESULT. TOTAL	
				Debilidad		Normal					Fortaleza					
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
CONTEXTO EMPRESARIAL					25%											
Estructura de costos optima	1		0,40								X				2,8	
Producto total de optima calidad	2		0,30									X			2,4	
Fortaleza en el talento humano	3		0,30					X							1,5	
TOTAL GRUPO			1,00												6,7	1,675
CONTEXTO REGIONAL					25%											
Producto Interno Bruto	4		0,15									X			1,35	
Condiciones climaticas	5		0,10									X			0,8	
Vias de acceso	3		0,15							X					1,05	
Economia regional	2		0,20			X									0,6	
Consumo regional	1		0,30				X								1,2	
Finanzas y gobierno	6		0,10										X		0,9	
TOTAL GRUPO			1,00												5,9	1,475
CONTEXTO NACIONAL					25%											
PIB Nacional	4		0,05					X							0,25	
Niveles de consumo	5		0,05						X						0,3	
Importaciones	6		0,15						X						0,9	
Exportaciones	7		0,10				X								0,4	
Políticas Gubernamentales	3		0,15			X									0,45	
Conocimiento numero de empresas en la industria	1		0,30					X							1,5	
Niveles de empleo	2		0,20					X							0,1	
TOTAL GRUPO			1,00												3,9	0,975
CONTEXTO INTERNACIONAL					25%											
Normas Internacionales de Estandarizacion	4		0,20					X							0,1	
Posicion competitiva	3		0,25							X					1,75	
Economia para efectuar negocios	2		0,25						X						1,5	
Capacidad para hacer negocios	1		0,30								X				2,4	
TOTAL GRUPO			1,00												5,75	1,437
T O T A L													5,562			

INFORMACIÓN:

- Informe de industria enero de 2014
<http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=70644>
- Base de datos Benchmark
- Artículo "Bebidas y alimentos impulsan el crecimiento de la industria"
<http://www.elespectador.com/noticias/economia/bebidas-y-alimentos-impulsan-el-crecimiento-de-industri-articulo-509278>

EGRESADOS
ESTUDIANTES
EMPLEADOS
DOCENTES



Jueves , 24 de julio de 2014



Editar



UPB-Bucaramanga: Servicios Web: Bases de Datos

Bases de Datos

	Legiscomex	www.legiscomex.com
	Benchmark	www.bpr.com.co

Servicios Web

- MESA DE SERVICIOS
- SIGAA
- CORREO
- DIRECTORIO



Calendario Académico

Septiembre 19
Jornada de Integración Bolivariana

Octubre 22
Fecha límite para entregar la documentación para grados

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR

Sector: Alimentos y Bebidas

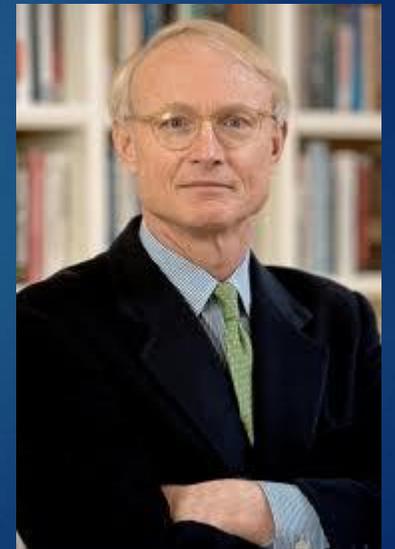


► CONCEPTO

La cadena de valor es un modelo teórico que grafica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa.

Una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen, ya sea bajando los costos o aumentando las ventas, de acuerdo con este concepto.

Este margen se analiza a través de la cadena de valor de *Michael Porter*, concepto que presentó en el libro "Ventaja Competitiva" (1985).



ACTIVIDADES DE APOYO	INFRAESTRUCTURA				
	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS				
	DESARROLLO TECNOLÓGICO				
	APROVISIONAMIENTO				
	LOGISTICA DE ENTRADA	OPERACIONES	LOGISTICA DE SALIDA	MERCADEO Y VENTAS	SERVICIO POST VENTA
	ACTIVIDADES PRIMARIAS				



ACTIVIDADES PRIMARIAS

son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen en cinco categorías:

- ▶ Logística de entrada: comprende recepción, almacenamiento, control de existencias y distribución interna de materias primas y materiales auxiliares hasta que se incorporan al proceso productivo.
- ▶ Operaciones (producción): procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final. Es en esta etapa donde se procura minimizar los costos.

- 
- ▶ Logística de salida: almacenamiento y recepción de los productos y distribución del producto al consumidor.
 - ▶ Mercadeo y Ventas: actividades con las cuales se da a conocer el producto.
 - ▶ Servicio post venta: o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener y realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de fábrica al producto.

ACTIVIDADES DE APOYO

- ▶ Infraestructura: actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como planificación, contabilidad y finanzas.
- ▶ Administración de Recursos Humanos: búsqueda, contratación y motivación del personal.
- ▶ Desarrollo Tecnológico: investigación y desarrollo, generadores de costos y valor.
- ▶ Aprovisionamiento: actividades para asegurar la disponibilidad de los bienes y servicios externos que le son necesarios para la etapa de producción: materias primas, suministros, consumibles, maquinaria y equipos.

MARGEN

Diferencia entre los costos de producción y el precio de venta.

Se trata de crear valor para el cliente, es decir, un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos en su producción.

Cada actividad que realiza la empresa debe ser lo más eficiente posible, para que cueste lo menos posible, y así obtener un margen superior al de los competidores.

Algunas conclusiones...

- ▶ La cadena de valor ayuda a determinar las actividades o competencias distintivas que permiten generar una ventaja competitiva.
- ▶ El concepto ha sido extendido más allá de las organizaciones individuales.
- ▶ La cadena de valor se encuentra directamente relacionada al desarrollo del modelo de negocio.