

# ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Sector: Alimentos - Confitería



# 1. CARACTERIZACION DEL SECTOR


## ✓ Variables económicas

Importancia del sector en la economía Colombiana:

- Cuanto representa el sector en el PIB
- PIB Industria
- Producción y ventas
- Contribución al empleo
- Balanza comercial
- Participación regional en la producción nacional

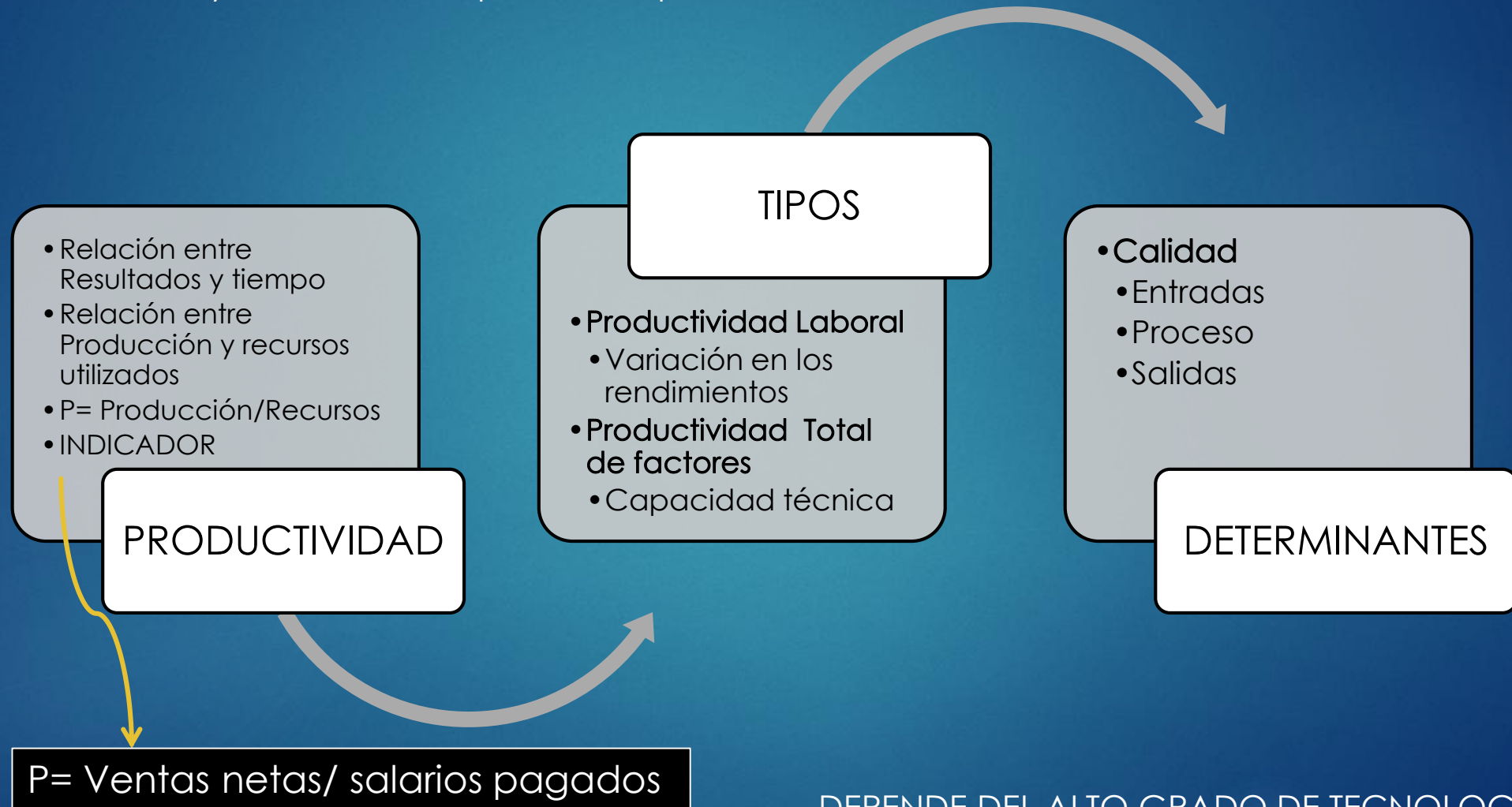
## ✓ Tendencias mundiales, retos y oportunidades

- Tratados de libre comercio en los que se incluye el sector, principales exportadores e importadores de golosinas en el mundo.

- 
- Empresas productoras a nivel nacional y regional
  - Cifras de consumo de golosinas 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

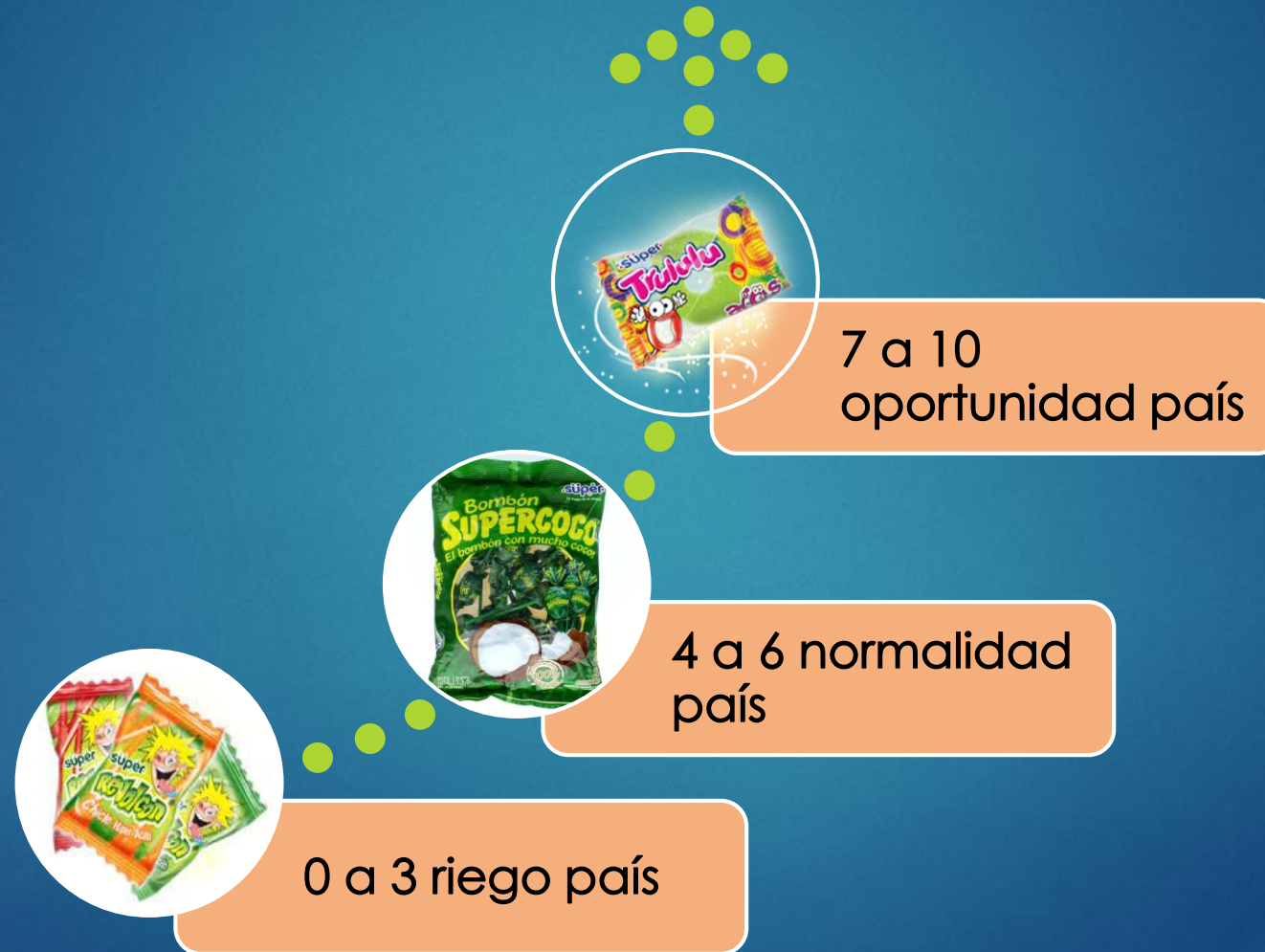
La productividad busca mejorar los resultados sin incrementar los recursos a utilizar, lo cual redonda en una mayor rentabilidad para la empresa



DEPENDE DEL ALTO GRADO DE TECNOLOGIA

## 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			
<b>CONTEXTO EMPRESARIAL</b>					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	
<b>TOTAL GRUPO</b>			<b>1,00</b>												<b>6,7</b>	<b>1,675</b>
<b>CONTEXTO REGIONAL</b>					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	
<b>TOTAL GRUPO</b>			<b>1,00</b>												<b>5,9</b>	<b>1,475</b>
<b>CONTEXTO NACIONAL</b>					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	
<b>TOTAL GRUPO</b>			<b>1,00</b>												<b>3,9</b>	<b>0,975</b>
<b>CONTEXTO INTERNACIONAL</b>					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	
<b>TOTAL GRUPO</b>			<b>1,00</b>												<b>5,75</b>	<b>1,437</b>
<b>T O T A L</b>																<b>5,562</b>

## INFORMACIÓN:

- Informe de industria marzo de 2015  
Informe de Industria 2015 MINCIT
- Base de datos Benchmark
- <http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf>
- <http://seminariodenegociosupb.jimdo.com/iii-n%C3%BAcleos-integradores/nucleo-integrador-caso-super/>



Jueves , 24 de julio de 2014



Editar



UPB-Bucaramanga: Servicios Web: Bases de Datos

### Bases de Datos

	Legiscomex	<a href="http://www.legiscomex.com">www.legiscomex.com</a>
	Benchmark	<a href="http://www.bpr.com.co">www.bpr.com.co</a>

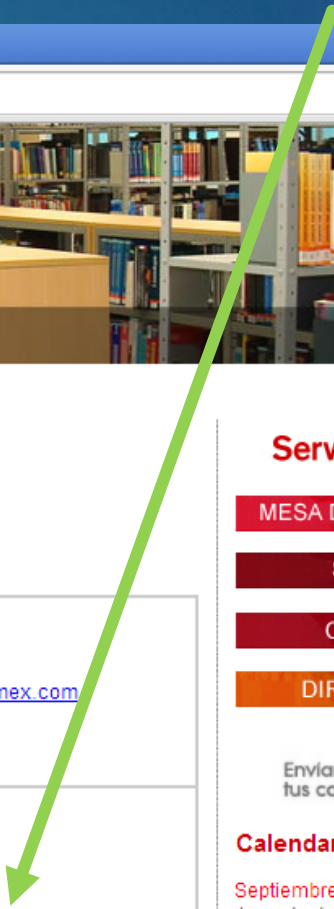
### Servicios Web

- 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 - Confitería



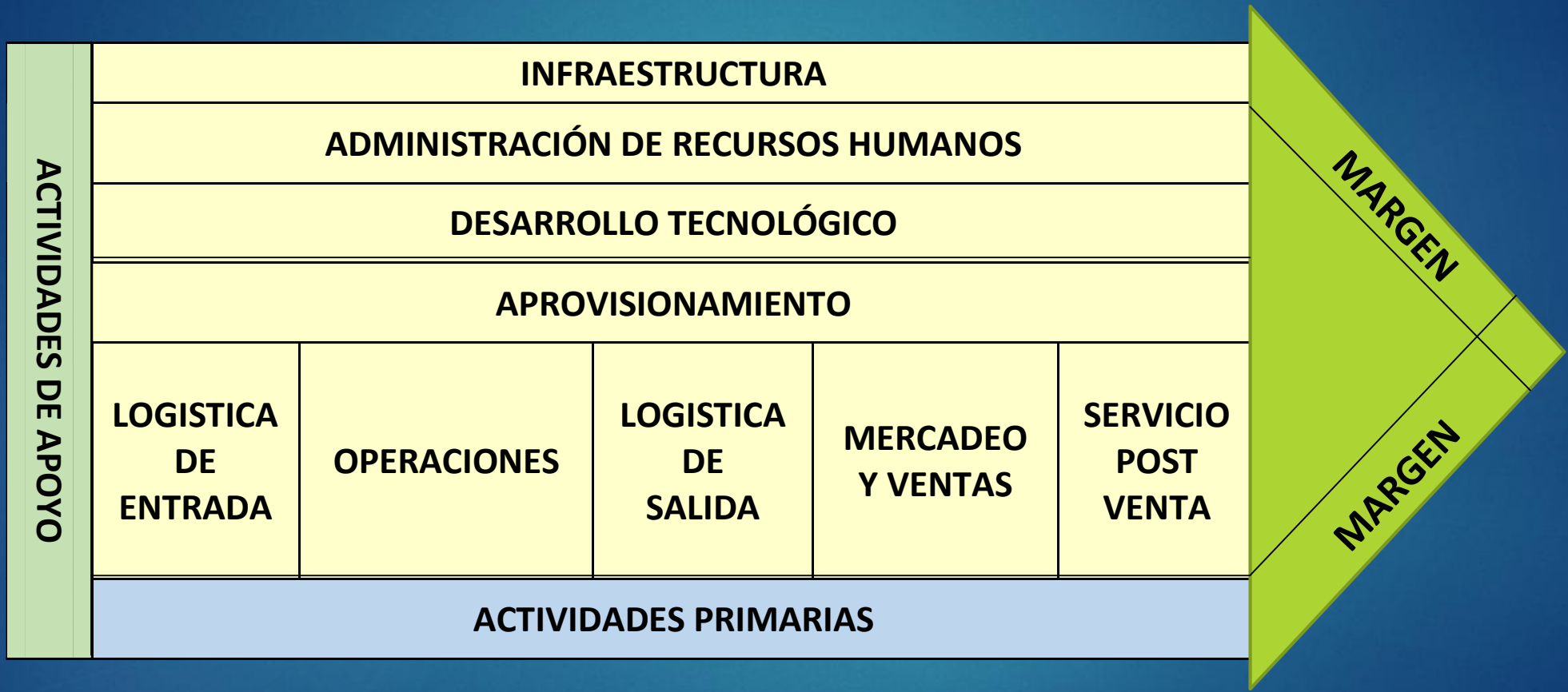
## ► CONCEPTO

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 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.

# La cadena de valor

- ▶ Ayuda a determinar las actividades o competencias distintivas que permiten generar una ventaja competitiva.
- ▶ La cadena de valor se encuentra directamente relacionada al desarrollo del modelo de negocio.