

2. Validación:

2.1. Descubrir necesidades no satisfechas en el mercado:

Descubrir necesidades no satisfechas en el mercado es un paso crucial para el éxito empresarial. Implica identificar carencias o deseos de los consumidores que no están siendo atendidos por productos o servicios existentes. Esta habilidad de percepción y análisis permite a los emprendedores desarrollar soluciones innovadoras y crear propuestas de valor distintivas, brindando así oportunidades para el crecimiento y la diferenciación en el mercado competitivo.

Necesidades y Oportunidades del Sector:

Los empresarios del sector salud y belleza en Colombia enfrentan desafíos como la innovación en productos naturales, la certificación de buenas prácticas de manufactura (BPM), y la sostenibilidad. Las oportunidades de mercado para las pymes incluyen:

- **Exportación a nuevos mercados:** Aprovechando los tratados de libre comercio con varios países, las pymes pueden expandirse internacionalmente, especialmente en productos naturales y orgánicos que son cada vez más demandados.
- **Inversión en I+D:** La biotecnología y los ingredientes locales como extractos naturales de plantas endémicas de Colombia ofrecen un diferencial competitivo único.
- **Sostenibilidad y empaques ecológicos:** Los consumidores internacionales y locales valoran cada vez más la sostenibilidad, lo que abre puertas a innovaciones en materiales de empaque biodegradables.

Adicionalmente, de acuerdo con el sitio web de Procolombia (Sectores manufactura e insumos cosméticos), las pymes en el mercado de salud y belleza en Colombia enfrentan algunos desafíos clave:

- **Acceso a mercados internacionales y visibilidad:** Muchas pymes de cosméticos y productos de salud luchan por ganar visibilidad en el mercado internacional. Si bien plataformas como ProColombia facilitan la conexión con compradores extranjeros, la competencia global y la falta de diferenciación en productos pueden ser barreras significativas. Las pymes necesitan mejorar su capacidad para destacarse en mercados competitivos, especialmente cuando compiten con marcas internacionales más grandes.
- **Innovación en productos y sostenibilidad:** Existe una creciente demanda de productos sostenibles y naturales en el mercado de la salud y belleza. Las pymes enfrentan el reto de integrar prácticas más sostenibles en su producción, lo que implica mayores costos iniciales y complejidades en la cadena de suministro. La tendencia

global hacia productos ecológicos y libres de crueldad también plantea la necesidad de innovar para mantenerse al día.

- **Capacidad para escalar y financiar expansión:** Muchas pymes carecen de los recursos financieros y la infraestructura adecuada para expandir sus operaciones, tanto a nivel nacional como internacional. El acceso limitado a capital y la falta de estrategias de crecimiento claras dificultan que estas empresas aprovechen oportunidades más grandes dentro del mercado de cosméticos y salud.
- **Certificaciones y normativas:** En el sector de cosméticos, cumplir con las normativas y obtener certificaciones es esencial para entrar en ciertos mercados. Las pymes, sin embargo, a menudo enfrentan dificultades para cumplir con estos requisitos debido a la falta de recursos para procesos de certificación costosos, lo que limita su capacidad para exportar.

Finalmente, identificamos que las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el sector de salud y belleza en Colombia enfrentan las siguientes necesidades, que actualmente representan un reto para el sector.

- **Acceso a Información y Capacitación:** Las pymes requieren acceso a información técnica y normatividad sanitaria para operar de manera efectiva. Muchos emprendedores carecen de formación adecuada sobre regulaciones y estándares de calidad, lo que limita su capacidad para ofrecer servicios y productos seguros y competitivos.
- **Estrategias de Marketing Digital:** A pesar del crecimiento del comercio electrónico, muchas pymes no han implementado estrategias efectivas de marketing digital. La falta de presencia en redes sociales y plataformas digitales limita su capacidad para alcanzar nuevos clientes. Las empresas deben adoptar estrategias más agresivas en marketing digital para captar la atención de las nuevas generaciones, quienes son los principales consumidores en el sector. Además, la capacitación en marketing digital y e-commerce es escasa, lo que impide que estas empresas aprovechen completamente el potencial del comercio online.
- **Reducción de Costos Operativos:** Las pymes enfrentan altos costos operativos, lo que afecta su competitividad. Necesitan soluciones que les permitan optimizar sus procesos productivos y administrativos, así como acceso a financiamiento que les permita invertir en tecnología y mejoras operativas.
- **Conexiones Comerciales:** La creación de redes comerciales es crucial para las pymes. Muchas empresas pequeñas carecen de conexiones con distribuidores y minoristas, lo que limita su capacidad para escalar sus operaciones. La colaboración con otras pymes o la participación en ferias comerciales podría facilitar estas conexiones.

- **Atención al Cliente Personalizada:** La personalización del servicio es una tendencia creciente en el sector belleza. Las pymes deben implementar sistemas que permitan ofrecer recomendaciones personalizadas a sus clientes basadas en sus necesidades específicas, lo cual puede mejorar la experiencia del cliente y fomentar la lealtad.

Fuentes de información:

<https://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Inicio.aspx>

PDF: Estrategias para Posicionar la marca MARTIZ S.A.S en el sector de salud y belleza online en Colombia. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/873/RodriguezPinzon-DubanEsteban-2019.pdf?isAllowed=y&sequence=1

<https://www.larepublica.co/empresas/redes-sociales-han-disparado-las-ventas-en-la-industria-de-los-cosmeticos-mas-de-50-3591185>

<https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44>

<https://h2gconsulting.com/how2go-colombia/analisis-del-sector-cosmetico-colombiano-en-epoca-covid-19/>