



Código NF 4703-1
Afiliación, representación y vocería
y servicios integrales al afiliado.





Informe de Gestión – Cuarto Trimestre de
2011
Diciembre 13/2011
Bogotá



TRÁMITES

OBJETIVO:

1. Preparar al sector para que se adapte a las tendencias internacionales en materia normativa.
2. Disminuir, poner en línea, modernizar y racionalizar trámites, barreras y costos para el sector.

ESTRATEGIAS:

1. Influenciar para conseguir el menor impacto de las nuevas regulaciones químicas (Ej: Reach).
2. Difundir y conocer las nuevas legislaciones.
3. Evitar que casos colombianos aumenten las restricciones.
4. Ampliar plazos para tiempos de transición hacia nuevas regulaciones.
5. Avalar los estudios internacionales.
6. Construir un programa de gestión de envases y empaques del sector, adelantándonos a la norma que viene.
7. Continuar modernizando el sistema de tramitología en Colombia.



TRÁMITES

Indicador	METAS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Trámites o barreras eliminados, racionalizados, modernizados o en línea	12	12	12	15	15	15
Cumplimiento	16	38				
Conferencias sobre actualidad normativa y tendencias regulatorias internacionales	2	2	2	3	3	3
Cumplimiento	1	2				
Contar con un programa de recolección de envases y empaques del sector			X			
Cumplimiento						

TRÁMITES

Logros

- 1) Se logro ante el Consejo de Bogota evitar la reglamentación de recolección posconsumo de envases y empaques.
- 2) En principio un concepto toxicológico se demoraba en salir de 6 meses a 1 año, después el trámite demoraba de 3 a 6 meses y ahora el concepto demora solamente 1 mes en salir.

INVIMA:

- 3) No cobro de visto bueno previo a importación de materias primas por parte del Invima.
- 4) Acuerdo con Invima para agotar en 1 año etiquetas de Protectores Solares que indiquen acciones contra el cáncer a cambio del compromiso de bajar INMEDIATAMENTE la publicidad.
- 5) Procedimiento automático para cambios en las NSO de aseo.
- 6) Eliminación de la necesidad de presentar nuevos estudios de FPS ante pequeños cambios en la formulación.
- 7) CVL automático para productos de aseo y absorbentes.

Logros:

Latinoamérica:

- 8) Nueva Ley en México en donde se acoge la definición de cosméticos de la Unión Europea por lo que los cosméticos que estaban bajo higiénicos, desde el 8 de junio son cosméticos y no tienen registro, el cual tenía una demora de 25 semanas.
- 9) Aceptación de INCI sin traducción en México.
- 10) En Mercosur, plazo de 2 años (hasta 2013) para estar obligados a declarar los alérgenos en las etiquetas de los cosméticos.

CAN:

- 11) Mantenimiento de la Decisión 516 y 706 con el reconocimiento de que es Colombia el que cumple y no como aseguraban los demás países que era quien incumplía.
- 12) Reconocimiento de la autoridades andinas de la validez de los listados internacionales de Estados Unidos.
- 13) Correcta aplicación de la Decisión 705 en el sentido de cobrar tarifa por solicitud y no por producto (Perú y Ecuador).
- 14) Los limpiadores de superficie con función secundaria de limpieza de manos, se notificaran como productos de higiene sin necesidad de notificarlos como cosméticos.
- 15) No solicitud de análisis de materia primas en la notificación.

Logros

- 16) Se definió que los productos a granel son materias prima y no productos terminados por lo que no necesitan de una NSO.
- 17) Se respetara el plazo de vigencia de las NSO otorgadas en el país de origen que se lleven para reconocimiento en los países andinos.
- 18) Se mantendrá el periodo de los reconocimientos de las NSO de Venezuela a los países andinos hasta que culmine su periodo de vigencia, pero no se aceptan modificaciones a la misma.
- 19) Se aceptan varios cambios en un solo formato y con una sola tarifa.
- 20) Se acepta la palabra «puede contener» en productos cosméticos cuando se quiera precisar que el producto contiene sustancias que le brindan diferentes propiedades organolépticas.
- 21) Aceptación de etiquetas autoadhesivas (stickers) para corregir etiquetas excepto para temas que tengan que ver con riesgo sanitario como por ejemplo numero de lote.
- 22) No necesidad de informar sobre el diseño de etiqueta ni sobre los cambios en la misma, salvo para los rótulos en donde si se deberá informar.
- 23) Aceptación de la palabra antibacterial y cuantificación de la acción antibacterial especificando el espectro de bacterias sobre el que se ejerce la acción.

Logros:

24) Dado que los lubricantes para órganos genitales no son cosméticos, se logro que aquellos productos que han sido notificados y aceptado como tal, se les permita el agotamiento de la vigencia de la NSO. No se aceptaran modificaciones sobre la misma.

25) Aceptación de crema anticelulitis como cosméticos siempre y cuando se haga referencia a los productos o propiedades cosméticas.

26) Aceptación de palabras barros, espinillas, anticomedón y punto negro en lugar de antiacné.

27) Aceptación de palabras Hipoalergénicos y dermatológicamente probado en los cosméticos, para ello se deberán presentar estudios (Ecuador, Bolivia).

28) Aceptación de los claims alivio, aliviar, calmar y calmante en los cosméticos siempre y cuando no hagan referencia a enfermedades.

29) Aceptación de palabras como adelgazante, voluminizante, gel frio refrescante y termoreductor siempre que su uso sea en la parte superficial y a las funciones de los cosméticos. No hacer referencia a los músculos. Los productos ya notificados se les respetara la vigencia.

30) Aceptación de bondades atribuibles a los ingredientes que no estén en los listados internacionales, se aceptara como justificación un estudio que así lo demuestre o en su defecto publicaciones de estudios técnicos o científicos (Perú, Ecuador y Bolivia).

Logros:

- 31) Aceptación de bondades atribuibles al producto que no estén sustentadas en un ingrediente.
- 32) Aceptación de leyendas con FPS 50+ con el estudio de un factor de protección solar superior a 50 (Perú).
- 33) Adiciono de bondades a un producto notificado sin necesidad de una nueva NSO. Solo deberán presentar información técnica que sustente dichas bondades.
- 34) Aceptación de la declaración del fabricante cuando el nombre o marca del CVL no coincida con el producto en el país de destino en la comunidad andina.
- 35) No necesidad de NSO para espumas de carnaval.
- 36) Resolución 1418 de la CAN sobre control microbiológico de los cosméticos.
- 37) No necesidad de presentaciones comerciales.
- 38) Traslado de funciones de Vigilancia en productos de Aseo y desinfectantes de uso domestico de Digesa a Digemid.

Conferencias en Normatividad:

- Regulación Europea de Cosméticos.
- Conferencia sobre Normativa Europea Reach.



TRÁMITES

Gestiones no logradas:

1. Prohibición de fosfatos en detergentes en Paraguay.
2. Prohibición vacumterapia por parte de esteticistas.

Gestión en Camino

INVIMA:

- 1) Diseño y ajuste de mapa de riesgos – correcta implementación del sistema de inspección y vigilancia en el mercado.
- 2) Expediente tipo cosméticos y aseo (ok).
- 3) Guía de Estabilidad Cosméticos y Aseo (ok).
- 4) Traslado de vigilancia de Cosméticos de la subdirección de medicamentos a la subdirección de insumos.
- 5) Creación de la Dirección de Cosméticos y Aseo del Invima.

CAN:

- 1) Requisitos mínimos de PHD y PAHP (ok)
- 2) Especificaciones técnicas de productos desinfectantes (ok).
- 3) Reconocimiento e implementación de la firma digital para NSO.



TRÁMITES

Gestión en Camino

CAN:

- 4) Resolución sobre agotamiento de etiquetas, stock e inventarios (solo falta aprobación por parte de Bolivia).
- 5) Propuesta para autorizar el uso de ingredientes nativos dentro de la CAN - ficha técnica.
- 6) Guía de inspección para cosméticos con criterios de calificación.
- 7) Decisión explícita sobre INCI sin traducción.
- 8) Modificación de la Decisión 706 para eliminar los pañitos húmedos de uso en la piel de está y que queden como cosméticos.
- 9) Adopción de la ISO 22716 de BPM de Cosméticos como obligatoria en 5 años.



TRÁMITES

Gestión en Camino

Latinoamérica:

- 1) Automatización de los registros sanitarios de categoría II (Brasil).
- 2) Automatización de los registros de productos categoría I en Paraguay.
- 3) Disminución tiempos Registro en Centroamérica. (Reunión en El Salvador)
- 4) No traducción del INCI en Nicaragua.
- 5) Eliminación en México de los Registros para todos los cosméticos.
- 6) No obligatoriedad de traducir el INCI en México

Colombia:

- Modificación en la norma de recolección de envases y empaques de plaguicidas de uso doméstico: Semejanza a la norma de farmacéuticos.
- Resolución sobre Límites de Vertimientos – Minambiente.
- Reglamentación Olores – Minambiente.
- Reglamentación Acceso a Recurso Genético – Minambiente.



Gestión en Camino

- Traslado de competencias concepto toxicológico del Ministerio de Protección Social.
- Ajuste de normatividad de plaguicidas de uso doméstico ya que hoy en día se les aplican estándares de plaguicidas de uso agrícola.



DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO

OBJETIVO:

1. Aumento del tamaño del mercado interno.
2. Disminución del contrabando y la falsificación.

ESTRATEGIAS:

1. Potenciar el consumo de los productos del sector para aumentar el mercado a través de guías y/o campañas, analizando los segmentos objetivos prioritarios.
2. Lucha contra el contrabando:
 - a. Como complemento al trabajo de la ANDI en su proyecto contra falsificación y usurpación de marcas, se trabajará con el Invima para atacar el contrabando.
 - b. Influenciar legislación de contrabando.



DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO

Indicador	METAS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas del sector US\$ millones	5.825	6.512	7.230	8.144	9.111	10.198
Cumplimiento	6.216,4	A Sept 14.8%				
Guía, norma, o campaña para potenciar el mercado	1	1	1	1	1	1
Cumplimiento	1	1				
Denuncias reportadas a la autoridad						
Cumplimiento	En construcción	En construcción				

DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO

Logros:

- Feria Belleza y Salud 2011.
- **Comité Gerentes de Mercadeo Protección Solar.**
- **Campaña lavado de manos con las empresas de la Cámara.**

Gestión en Camino

- Inclusión del protector solar y el repelente de insectos en el Decreto sobre elementos de protección personal de los trabajadores que se está gestando en el Ministerio de Protección Social.
- Programa de formación con el SENA para el sector de peluquería (450 personas cubiertas). En estética y venta directa no hubo masa crítica de empresas.
- Campaña Ozono y Protección Solar.



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

OBJETIVO:

1. Aumentar la competitividad del sector.

ESTRATEGIAS:

1. Desarrollar el programa de sector cosméticos y aseo de clase mundial con las siguientes líneas de acción principalmente:
 - a) Disminuir costos de insumos a través de la disminución de aranceles de los mismos y de la articulación con proveedores.
 - b) Promover negociaciones comerciales con los mercados objeto de acuerdo con el programa de transformación productiva, para lograr accesos preferenciales para nuestros productos.
 - c) Establecer un programa de exportación y atracción a la IED del sector, con actividades explícitas para cada grado de desarrollo de las empresas afiliadas.



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

ESTRATEGIAS:

- d) Articular proveedores de materias primas, envases y empaques con avances en materia ambiental, para posicionar al sector en este tema.
- e) Desarrollar competencias laborales en las empresas del sector especialmente en innovación y desarrollo, promoción y mercadeo y en responsabilidad social empresarial.

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Indicador	METAS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones US\$Millones	776	892	1.026	1.180	1.357	1.561
Cumplimiento	682	A sept 604 Crecimiento del 28,20%				
# Seminarios de capacitación	15	15	20	20	20	20
Cumplimiento	39	29				
Proyectos de I+D promovidos		5	7	8	10	10
Cumplimiento	En gestión	En gestión				
Ahorros en aranceles e impuestos disminuidos vía norma o TLC en \$mill	458	650	Ppto Cámara	Ppto Cámara	Ppto Cámara	Ppto Cámara
Cumplimiento en \$Mill	80 mil millones	28 mil millones	28 mil millones			
Asistencia de empresarios a Ferias internacionales	10	15	20	25	30	35
Cumplimiento	19	59				

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Capacitaciones:

- Alianza con Ascolda:
12 Talleres en Bogotá: 226 asistentes.
- Con Invima:
2 conferencias en Bogotá: 72 Asistentes
1 conferencia en Cali: 20 asistentes.
1 conferencia en Medellín: 24 asistentes.
1 conferencia en Barranquilla: 20 asistentes.



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Logros

- Conferencia Valoración de Empresas: 4 asistentes.
- Capacitación Toxicología: 14 asistentes.
- Conferencia Nueva Regulación Europea para Cosméticos: 19 asistentes.
- Conferencia Cosméticos Clase Mundial dirigida a peluqueros en la Feria Belleza y Salud 2011: 206 asistentes.
- Diplomado Mercadeo Internacional para Cosméticos y Aseo: 30 asistentes
- Competencias Laborales Peluqueros: 450 asistentes y certificados
- Conferencia Cosméticos Clase Mundial en la UNAL: 13 asistentes.
- Conferencia Cosméticos Clase Mundial Bancoldex: 25 asistentes.
- Conferencia Normativa Europea REACH: 31 asistentes.
- Charla CASIC y ALIADA: 11 asistentes.
- Charla Bancoldex: 10 asistentes.

TOTAL ASISTENTES A DICIEMBRE 13/2011: 1.175



Programa Colectivo Posconsumo Plaguicidas Domésticos



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

INDICADOR	Objetivo 2011	Real 2011	%	OBSERVACION
Instalación colectores	165	171	104%	10 en proceso
Alianzas	16	23	144%	
Capacitaciones personas	200	8.208	4104%	
Ciudades en el programa	4	16	400%	
Kilos recolectados	42.000	528	1%	Reto 2012 llevarlo a 20.000
Lanzamientos	1	3	300%	
Recolecciones	14	12	86%	Falto 1 BAQ Pendiente MDE - DIC
Valorización materiales kg	0	28	28000%	

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

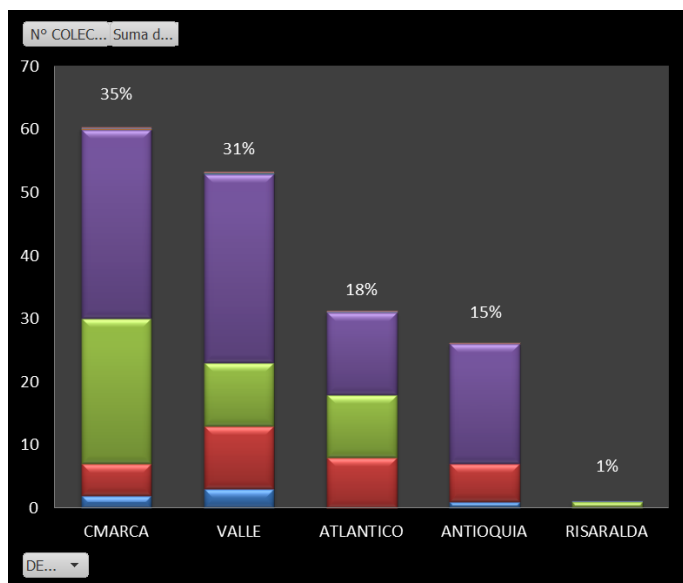
Temas relevantes

Plan posconsumo de plaguicidas de uso doméstico:

1. Valorización de 28 kg provenientes de Coframa, con la alianza Lito, DIACO.
2. Lanzamiento del programa el pasado 29 de Septiembre en la Gobernación del Valle.
3. Lanzamiento el 30 de Septiembre en el Dagma.
4. Se tienen vídeos de la noticia periodística del lanzamiento en la Gobernación del Valle y un especial en Tele pacífico.
5. Estamos en el proceso de contratación de 4 empresas para operar el programa en el 2012.
6. Se incrementa el cubrimiento a Cartagena, Santa Marta, Cúcuta y Bucaramanga.
7. Se instalaran 200 puntos adicionales, para llegar a un total de 281 Puntos Amarillos en el 2012.
8. Participación en Foros Nacionales de Residuos Peligrosos y Química Verde.

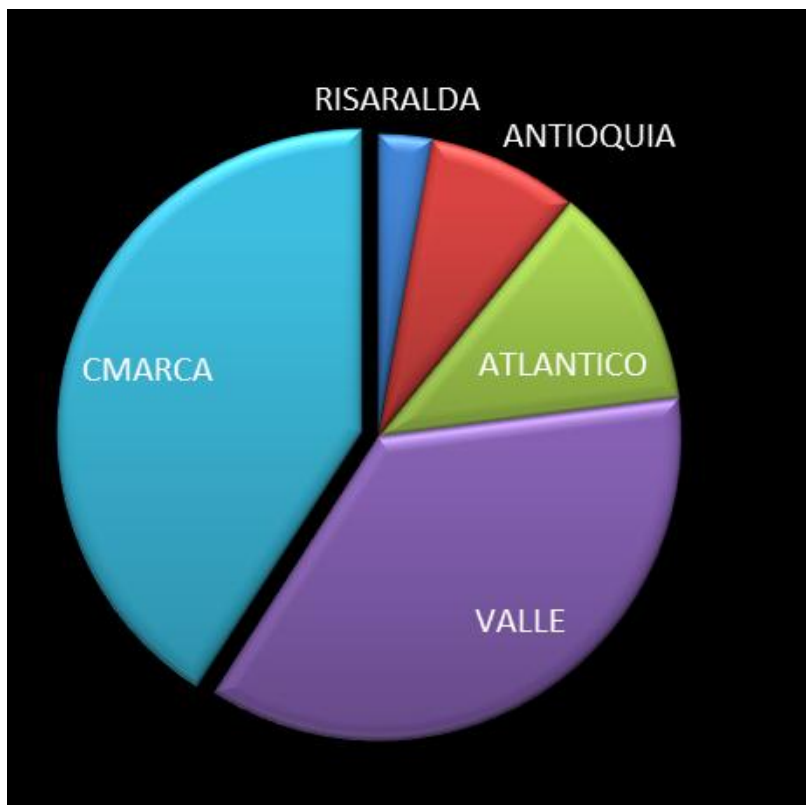
COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Instalación por trimestre por departamento



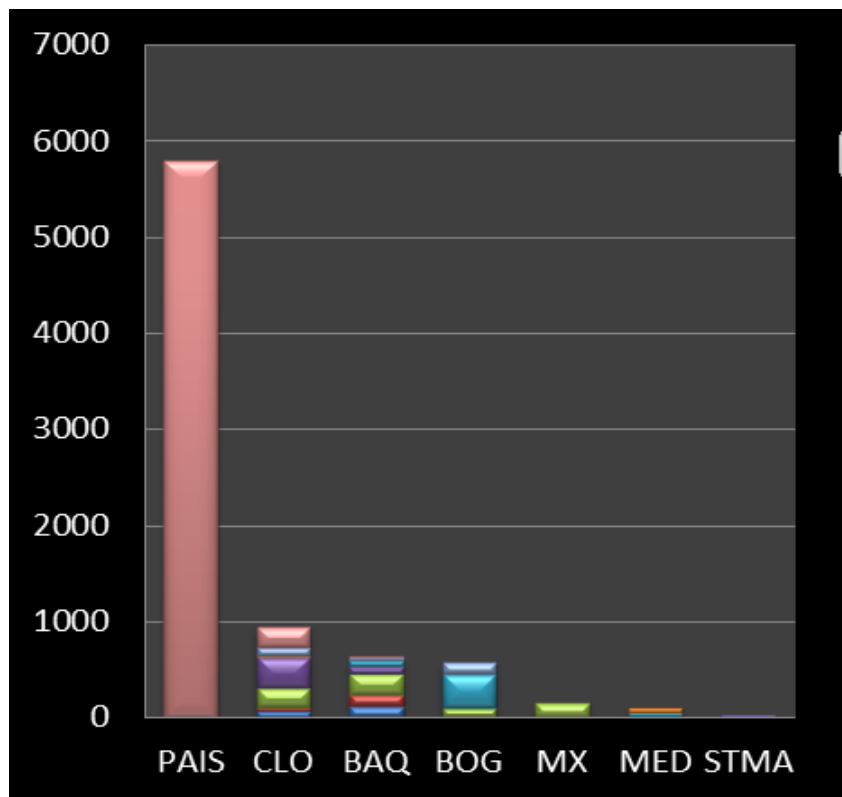
DEPTO	Nº COLECTOR				Suma de %				Total N° COLECTOR	Total Suma de %
	1	2	3	4	1	2	3	4		
CMARCA	23	30	5	2	13%	18%	3%	1%	60	35%
VALLE	10	30	10	3	6%	18%	6%	2%	53	31%
ATLANTICO	10	13	8		6%	8%	5%		31	18%
ANTIOQUIA		19	6	1		11%	4%	1%	26	15%
RISARALDA	1				1%				1	1%
Total general	44	92	29	6	26%	54%	17%	4%	171	100%

Kilos recolectados por trimestre por departamento



Etiquetas de fila ▼↑	Suma de TOTAL (Kg)	Suma de % Kg
RISARALDA	16,65	3%
ANTIOQUIA	46,80	8%
ATLANTICO	70,25	12%
VALLE	210,50	36%
CMARCA	238,12	41%
Total general	582,32	100%

Capacitaciones vs recolección



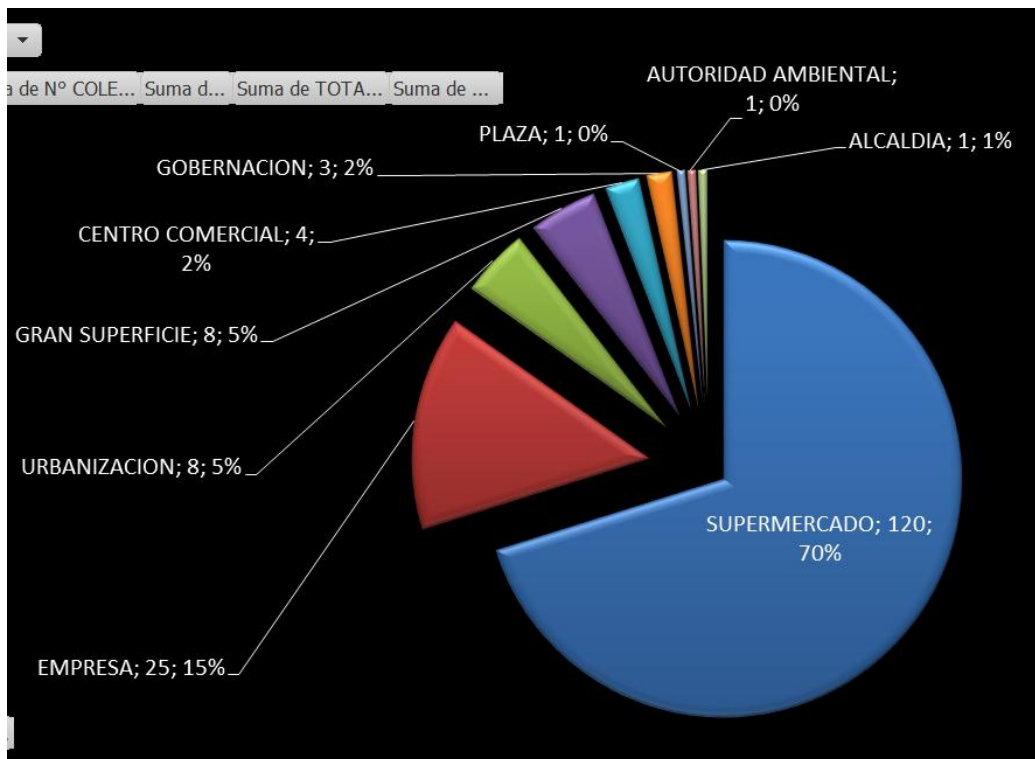
En la medida que se capacita e instalan colectores, se incrementa la recolección por Punto Amarillo.

Etiquetas de fila	3	4	5	6	7	8	9	10	Total general
PAIS								5793	5793
CLO	68	36	196	322		20	88	214	944
BAQ	111	120	224	71	64		24	7	621
BOG			90	16	347		121		574
MX			150						150
MED				9	36	48			93
STMA				33					33
Total general	179	156	660	451	447	68	233	6014	8208

Etiquetas de fila	Suma de R MARZO 30 (Kg)	Suma de R JUNIO 30 (Kg)	Suma de R SEPT 30 (Kg)	Suma de R NOV 30 (Kg)	Suma de TOTAL (Kg)	Suma de % Kg
RISARALDA		5,2	11,5		16,7	3%
ANTIOQUIA			46,8		46,8	8%
ATLANTICO		20,0	22,5	27,8	70,3	12%
VALLE	26,4	41,9	92,2	50,0	210,5	36%
CMARCA	41,5	80,0	80,0	36,6	238,1	41%
Total general	67,9	147,1	253,0	114,4	582,3	100%

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN







Distribución de Colectores Instalados



La estrategia para el 2012 es instalar los colectores en las empresas. Por otro lado, vamos a buscar que los supermercados activen programas internos de comunicación.

Etiquetas de fila	Cuenta de N° COLECTOR	Suma de %	Suma de TOTAL (Kg)	Suma de % Kg
SUPERMERCADO	120	70%	449,5	77%
EMPRESA	25	15%	60,8	10%
URBANIZACION	8	5%	10,6	2%
GRAN SUPERFICIE	8	5%	22,1	4%
CENTRO COMERCIAL	4	2%	30,1	5%
GOBERNACION	3	2%	3,9	1%
PLAZA	1	1%	0,2	0%
AUTORIDAD AMBIENTAL	1	1%	0,0	0%
ALCALDIA	1	1%	5,1	1%
Total general	171	100%	582,3	100%

Inspecciones por colector

DEPARTAMENTO	Cuenta de INSTALACIÓN	Totales	%
			
 RISARALDA	1	4	0,4%
 ANTIOQUIA	26	162	16%
 ATLANTICO	31	181	18%
 VALLE	53	305	30%
 CMARCA	60	350	35%
Total general	171	1002	

1.002 Fueron el número de visitas a los Puntos Amarillos.

Empresas Vinculadas al programa

Empresas Vinculadas

46 empresas están hoy vinculadas al programa.



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Gestión en Camino

- Plan de recolección de envases y empaques del sector.
- Participación de Colombia en negociación para definir estándares ISO para productos naturales y orgánicos – Asistencia a reunión de París Marzo 18.
- Negociación de TLC con Corea y Panamá (congelado).
- **Profundización TLC con Triángulo Norte – Creación de Cámara de Cosméticos de El Salvador.**
- TLC con Turquía.
- Acuerdo de Complementación Económica y Productiva con Venezuela.



PROYECTO CLASE MUNDIAL RECURSOS HUMANOS

Logros

- Definición de necesidades comunes de formación para Alta Gerencia, se presento en asocio con la EAN propuesta de diplomado en Marketing estratégico internacional para el sector de Cosmética y Aseo. Financiación de \$59.838.200 pesos – contrapartida de \$18.041.100 pesos. 29 Personas en formación, costo por cupo efectivo: \$622.107 pesos, costo cupo sin co-financiación \$2.685.493. **19 personas certificadas por convenio SENA, 4 por Universidad EAN.**
- Participación en la Convocatoria Bilingüismo SENA (Inglés, Francés, Mandarín y Portugués). Se estableció nuevo cronograma para los ciclos de formación, Ciclo 1 – participación de 7 empresas con 175 inscritos. Ya se cuenta con *prueba de nivel* para el curso de inglés, 5 niveles para los cursos de inglés y 3 niveles para los cursos de Francés, Chino Mandarín y Portugués. Cada nivel tiene una duración de 60 horas distribuidas en 9 semanas. **En Proceso de reporte de resultados por SENA.**



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

PROYECTO CLASE MUNDIAL RECURSOS HUMANOS

Gestión en Camino

- Definición de programas de formación para niveles medios y operativos según oferta académica del SENA (Competencias Comerciales – Venta Directa, Técnico y Tecnólogo en Biodiversidad, entre otros).
- Certificación de Competencias Laborales en producción de cosméticos (Oferta Institucional del SENA). Se encuentra abierta la convocatoria para participar en el proyecto piloto con el SENA para la evaluación y certificación de competencias laborales transversales al sector, ya tras (3) empresas han solicitado inscripción. Una (1) empresa participa actualmente con 27 colaboradores. Dos (2) empresas están en espera de completar cupos por oferta abierta.
- Participación de afiliados en el equipo técnico a cargo de la normalización de la Norma de competencia laboral en BPM. **Norma en consulta pública, se publica para aplicación en Enero de 2012.**



PROYECTO CLASE MUNDIAL RECURSOS HUMANOS

Gestión en Camino

- Solicitud de ofertas de formación PARA EL 2012 en:
 - RSE (CyGA, U. Externado, U. de los Andes, Expertos técnicos).
 - LOGÍSTICA (Actualización de propuesta de LOGyCA).
 - FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS (U. EAN, U. Javeriana, U. del Norte).

PROYECTO CLASE MUNDIAL MARCO NORMATIVO

Logros:

- Se logró con el Decreto 492 de 2011 que no se aumentaran los aranceles de las materias primas del sector, se mantuvieran los logros con los insumos intermedios y subir los aranceles de los productos finales que en la reforma de 2010 se fijaron en el 10% pero que debían ser del 15% (absorbentes).
- Ahorros para el sector de más de US\$30 millones en aranceles e IVA de la última reforma arancelara que aplicará hasta Junio del próximo año.
- CONPES 3697 de Biotecnología, Biodiversidad y Competitividad para permitir una reglamentación más expedita de la Decisión Andina 391 para el uso y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad y la distribución equitativa de los beneficios.

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

PROYECTO CLASE MUNDIAL MARCO NORMATIVO

Logros:

- Aumento de los **incentivos para la innovación y desarrollo de una exención** del 120% del impuesto de renta a un 175% y del descuento de hasta máximo el 20% del impuesto de renta al 40% con Colciencias.
- Creación del **Incentivo para el montaje de Centros de Innovación y Desarrollo Tecnológico** que inviertan como mínimo US\$7 millones en los que Colciencias financia entre el 70% y el 90% de los salarios de los investigadores por los 3 primeros años, al cabo de los cuales el 75% de estos deben ser colombianos.



PROYECTO CLASE MUNDIAL MARCO NORMATIVO

Gestión en Camino:

- Continuar con el trabajo para la reducción de aranceles de las materias primas del sector e insumos, conforme a la normativa vigente.
- Reglamentación de acceso al recurso genético con DNP, Min comercio, Min ambiente, vivienda y desarrollo territorial y Min agricultura. Participación en taller de reglamentación de la Decisión 391 (Octubre). Compromiso de publicación de la norma por Minambiente en Febrero 2012. – Presentación de comentarios por parte del sector (Diciembre 2011).
- Legislación Sanitaria: Ver primer imperativo estratégico.
- Creación de los incentivos para empresas que usen la biodiversidad colombiana sustentablemente.

PROYECTO CLASE MUNDIAL MARCO NORMATIVO

Gestión en Camino:

- Creación y promoción de incentivos tributarios para el mejoramiento de la sustentabilidad y el medio ambiente.
- Acompañamiento en el proceso para los permisos de investigación y de acceso al recurso genético (tarea iniciada para las primeras 10 especies) – BIOTECHNOVA como institución nacional de apoyo. – en Espera de la reglamentación para continuar con el proceso.

PROYECTO CLASE MUNDIAL MARCO NORMATIVO

Gestión en Camino:

- Participación en la propuesta de supresión o reforma de regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios con la Vicepresidencia de Asuntos Jurídicos y Sociales de la ANDI. La propuesta del sector se centró en:
 - **Regulación y trámites aplicables a plaguicidas de uso doméstico:** Reducción y simplificación de trámites a través de la unificación de criterios y requisitos: Existe duplicidad de información para un trámite de concepto y de registro.
 - **Estandarización de procedimientos de Exportación**, en relación con los requisitos exigidos la Dirección Antinarcóticos de la Policía Nacional de Colombia.
 - **Trámites relacionados con el proceso de nacionalización de mercancías y registros de Importación.**
 - **Recomendaciones de unificación de información en temas cambiarios y de contabilidad** frente a los diferentes reportes de Información Financiera.
 - **Codificación de insumos y dispositivos médicos para el Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS).**



PROYECTO CLASE MUNDIAL FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

Logros:

- Contacto con otros sectores para fortalecer la cadena de valor:
 - a) Fortalecimiento del eslabón de envases y empaques (Andigraf - Acoplásticos).
 - b) Proveeduría de Ingredientes Naturales (Fondo Biocomercio, Proyecto Mega – Cámara de Comercio Bogotá).
 - c) Sistema de Modas (Cámara de Comercio Medellín, Inexmoda).
 - d) Alianza con Andigraf y el sector textil para generar acercamiento al sector hotelero en el 2012 a través de Cotelco donde se evalúe la creación de una oferta conjunta de servicios y productos para dicho sector.
- Socialización del plan de negocios del sector en regiones, universidades y centros de investigación para construir la red de proveedores y de I+D+i.
- Ejecución del Programa de Innovación – Colciencias – ANDI en 12 PYMES del sector con el objetivo de generar una cultura y un sistema de innovación al interior de cada una de las empresas participantes. Ya se inicio la fase de Implementación.

Clausura del proyecto: 5 de Diciembre.



PROYECTO CLASE MUNDIAL FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

Logros:

- Aprobación y puesta en marcha del Proyecto presentado ante el programa asistencia técnica al comercio de la Delegación Europea con el objetivo de desarrollar y concertar un texto de Acuerdo de Reconocimiento Mutuo (ARM) entre la CAN y el Subsistema de Integración Centroamericano para el reconocimiento de registros sanitarios de productos cosméticos, aseo y absorbentes para la reducción de Obstáculos Técnicos al Comercio.
- Se está trabajando el Acuerdo de Reconocimiento Mutuo (ARM) entre Colombia y Chile.
- Participación de la 2da Rueda de Innovación en el marco de la Alianza Empresa-Universidad - Estado - Bogotá Región.
- Rueda de Envases, Empaques y Material Publicomercial para el sector de cosmética y aseo, con la participación de 17 empresas compradoras y 32 empresas oferentes de envases y empaques. 25 y 26 de Agosto - Corferias

PROYECTO CLASE MUNDIAL FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

Gestión en Camino:

- Atracción de recursos públicos y privados: Presentación Proyectos Asistencia Técnica al Comercio de la Delegación Europea, en Alianza con Fondo Biocomercio, recursos de la Agencia Económica Suiza –SECO- y del GEF-CAF, entre otros.
- Presentación de la propuesta del Centro RED CRIC para la definición de la agenda tecnológica para el sector y Articular capacidades y conocimientos de universidades de Bogotá, Valle, Santander, Antioquia y Eje Cafetero con la financiación de \$107 millones por parte de Colciencias y de \$30 millones por parte de la Cámara de cosmética y aseo. (Operador alianza V&D – Clark Modett). **Propuesta en fase de evaluación por los Pares de Colciencias.**

PROYECTO CLASE MUNDIAL PROMOCIÓN

Logros:

- Misión a Brasil para atracción de inversión.
- Misión a Francia para atracción de inversión.
- Definición de dos empresas una para colocar producción en Colombia y otra para colocar el centro de innovación y desarrollo.
- Asistencia de 5 empresas del sector a Misión Exploratoria In-Cosmetics: del 29 al 31 de marzo, programa con expertos EFTA.
- Asistencia de 6 empresas del sector a Misión Exploratoria HBA Expo: 28 al 30 de junio.
- Asistencia de 8 empresas del sector a la Feria Beyond Beauty en París del 12 al 14 de septiembre
- Asistencia 20 empresas a Feria de Cosméticos en Ecuador.
- Asistencia 20 empresas a Macrorrueda de Brasil.

PROYECTO CLASE MUNDIAL PROMOCIÓN

Logros:

- Rueda de negocios feria Belleza y Salud: negocios por US\$8 millones
- Definición de dos empresas una para colocar producción en Colombia y otra para colocar el centro de innovación y desarrollo.
- Inversión de \$20 millones USD para centro de Desarrollo tecnológico de KIMBERLY.
- Inversión de \$40 millones USD en planta de producción de detergentes de última generación de UNILEVER.

COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

PROYECTO CLASE MUNDIAL PROMOCIÓN

Gestión en Camino:

- Estructuración de propuesta – Programa de Promoción a las exportaciones y a la IED sectorial 2012– 2032. (Modelo Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones - APEX).
- Participación de las empresas del sector en ferias 2011 con Proexport:
 - a) Misión Experto Ingredientes Naturales: CESO (Canadá), incluye visitas técnicas y Seminario (fecha por definir).
- Misión a Estados Unidos para atracción de inversión.



COMPETITIVIDAD Y PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

PROYECTO CLASE MUNDIAL PROMOCION

Gestión en Camino:

- Rueda de Negocios Internacional:
 - a) Mercados: EE.UU, México, Centroamérica, Caribe, Chile, Perú y España.
 - b) Cosméticos Naturales: Rusia, Francia.
- Misión Expertos: PUM (Holanda), SES (Alemania).
- Levantamiento de información de condiciones de acceso y normatividad en mercados potenciales.



PROYECTO CLASE MUNDIAL INGREDIENTES NATURALES

Logros:

- Priorización de especies potenciales de acuerdo a las tendencias del mercado.
- Acuerdo de entendimiento entre Fondo Biocomercio, Proexport, MEGA – CCB y el Proyecto Clase Mundial con el objetivo de aunar esfuerzos para el desarrollo del eslabón de ingredientes naturales.
- Conferencia de Socialización por parte del Grupo de Investigación PLEBIO de la Universidad Nacional de las investigaciones realizadas sobre la Decisión Andina 391 y el proceso para la obtención de permisos para el acceso al recurso genético de la biodiversidad.
- Presentación del sector de clase mundial en el evento GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO EN PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE TILAPIA Y CACHAMA. “Producción de colágeno a partir de los residuos del proceso de fileteo de tilapia y cachama”

PROYECTO CLASE MUNDIAL INGREDIENTES NATURALES

Logros:

- **Proyecto con recursos de la U.E.** Consultoría internacional en la identificación de pruebas y análisis así como requerimientos en homologación de Laboratorios con estándares internacionales para la construcción de las FICHAS TÉCNICAS de ingredientes naturales y de productos finales de cosméticos y de aseo. Documento de oficial de recomendaciones disponible a través del Boletín de clase mundial.
- Promoción de instrumentos de financiación para proyectos.
- Apertura de espacio para discusión de documento ISO sobre ingredientes naturales y orgánicos – ICONTEC.
- Divulgación de convocatorias de interés para el sector: financiación y cofinanciación de proyectos.

PROYECTO CLASE MUNDIAL INGREDIENTES NATURALES

Gestión en camino:

- Macro Proyecto Observatorio de Biodiversidad y Biociencias en el Eje Cafetero, Tolima y Choco. Corredor de Bio cosmética y productos de aseo, planta industrial para la extracción de aceites esenciales y principios activos. Presentación del Proyecto a Presidencia en el APP de Medellín – Septiembre 23 y 24 de 2011.
- Empresa nacional de Bioprospección:
 - Términos de referencia: “ESTUDIO PARA DETERMINAR EL POTENCIAL DE INVERSIÓN EN BIOTECNOLOGÍA Y PRODUCTOS DERIVADOS DE LA BIODIVERSIDAD EN COLOMBIA, DE ACUERDO A LAS TENDENCIAS DE ESTA INDUSTRIA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL”. publicados por Bancoldex el 29 de Noviembre los términos de referencia para la contratación del El plazo para recibir propuestas será de sesenta (60) días, es decir que la convocatoria cierra el 27 de enero de 2012.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

OBJETIVO:

1. Posicionar al sector como un sector socialmente responsable.

ESTRATEGIAS:

1. Lograr la participación de todos los afiliados del sector cosmético en el programa LBSM y aumentar su cubrimiento a mínimo 2.500 beneficiarias por año en el 2015.
2. Capacitar a los afiliados en métodos de valoración de sus programas sociales.
3. Documentar las actividades de los afiliados que tienen programas de RSE y las de la Cámara en un informe sectorial.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Indicador	METAS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número de beneficiarios de LBSM	1.000	1.200	1.440	1.728	2.074	2.500
Cubrimiento	1.000	1200				
Número de afiliados participando en LBSM	25	30	35	40	45	52
Cumplimiento	25	24				
Empresas con programas de RSE	10	12	15	22	30	40
Cumplimiento	En evaluación	12*				
Informe anual de RSE sectorial		X	1	1	1	1
Cumplimiento						

*Yanbal, Colgate, Azul K, Dersa, Ma. Salome, Quifarma, Unilever, Esika, Natura, Lóreal y Cosmetic France. Amway



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Logros

- Se han atendido 1200 mujeres hasta el cuarto trimestre de 2011.
- Medios: Caracol Radio, Cadena Básica RCN regional Costa Atlántica, City TV, Diario del Huila y Diario La Nación, Canal Institucional.
- Sesiones en Pasto, Cali, Medellín, Santa Marta, Neiva, Barranquilla, Pereira, Ibagué y Bogotá.
- Empresas participantes: 24.
- Retiro: Natura
- Inauguración de Punto de atención en Pereira.

Gestión en Camino:

- Empresas en proceso de ingreso: Prebel.
- Campaña Donación de Pelo para niñas.





FORTALECIMIENTO GREMIAL

OBJETIVO:

1. Fortalecer la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo.
2. Afiliar como mínimo al 90% de las ventas del sector y llegar a mínimo 70 afiliados en el 2015, contando siempre con al menos el 80% de la representación de cabezas o vicepresidentes a las Juntas Directivas.
2. Lograr reconocimiento nacional e internacional de la Cámara.

ESTRATEGIAS:

1. Desarrollar un plan de mercadeo con material promocional de la Cámara.
2. Ser una de las 5 Cámaras que más afiliados aportan a la ANDI.
3. Participar activamente en las asociaciones latinoamericanas.
4. Participar como conferencistas en eventos internacionales.
5. Realizar acciones de free- press para las actividades y logros de la Cámara.



FORTALECIMIENTO GREMIAL

Indicador	METAS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Asistencia de Cabezas o Vicepresidentes de empresas a las Juntas Directivas	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Cumplimiento	85%	93%				
# Afiliados	52	58	61	64	67	70
Cumplimiento	56	55				
Representación de los afiliados como porcentaje de las ventas del sector	85%	90%	90%	90%	90%	90%
Cumplimiento	88%	83%				



FORTALECIMIENTO GREMIAL

Logros

- Asistencia de Cabezas o Vicepresidentes de empresas a las Juntas Directivas: Cuarto Trimestre 93%.
- # Afiliados: 55.
- Afiliaciones: **Merck; Pfizer Consumer Healthcare; Lipo Colombia Ltda.;** Biotecnik; Paul Calley; Raisbeck, Osman & Castro; Laboratorios María Salomé; Ucipharma.
- En proceso de afiliación: Clever Cosmetics.
- Visitas: Quasfar, Labs Smart, Clever Cosmetics, Essentials Ltda, Productos El Sol, Vital Plus, Bardot, Frotex, Cosmetic Fashion Corp., Thyms, Alicorp, Permaquim S.A.S. y Merquimia Colombia S.A.
- Desafiliación: **Soterap, MSD**, Prismatec, Ariherm, Olarte Maure & Asociados Ltda, Fiammé y Casa Luker.



FORTALECIMIENTO GREMIAL

Logros

- Representación de los afiliados como % de las ventas del sector: 83%
- Asistencia Reunión Anual PCPC y Representación de CASIC en el Consejo Directivo.
- Asistencia a Asamblea CANIPEC en México.
- Asistencia a encuentro internacional PCPC Cámara de Portugal y ABIHPEC.
- Ingreso de la Cámara Cosmética de El Salvador a CASIC.
- Ingreso de la Cámara Cosmética de República Dominicana AFAPER.

Gestión en Camino:

- Imperativo Estratégico Sostenibilidad Ambiental. Propuesta Plan Posconsumo.



www.andi.com.co



Código NF 4703-1
Afiliación, representación y vocería
y servicios integrales al afiliado.

