

**Asignación trabajo final del curso**

**ASIGNATURA**

**ANALISIS DE PORTAFOLIO**

**DOCENTE**

**DIOMER ALEJANDRO PALACIO**

**ESTUDIANTES**

Melissa Yepes

Liney Luna Galeano

María Alejandra Marín

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

Medellín

2024

Asignación trabajo final del curso

**Objetivo:**Aplicar los conceptos teóricos del Análisis del portafolio de producto con un caso práctico como es la realización del Plan de Portafolio.

**Metodología**: Para la realización del Plan de Portafolio se debe seleccionar una compañía existente que tenga información disponible en Internet o en la que algún miembro del equipo de trabajo labore y tenga acceso a información del portafolio de Productos.  Dependiendo del tipo de negocio y las categorías en las que participa (Si alguna parte de la información les falta la deben estructurar-suponer).

Este trabajo se sustentará en el último encuentro sincrónico.

**Peso evaluativo**: 15%

**Fecha:** El trabajo escrito debe subirse a la plataforma individualmente

**Trabajo escrito:**El trabajo escrito debe contener los siguientes puntos: el formato en pdf y power point .

1. **Análisis del negocio:**

* Historia de la organización
* Descripción de la organización
* Misión, visión, valores

1. **Ejecución del plan:** Definir las variables estratégicas del portafolio de productos existente (Presentar la información en hojas de excel):
   1. Categoría o línea
   2. Tipo de producto (Según la clasificación: Uso, duración, tangibilidad)
   3. # de líneas o referencias
   4. Profundidad del portafolio
   5. Amplitud del portafolio.
2. **Elaboración del Plan Estratégico del Portafolio -** Elaborar la matriz BCG:
3. Análisis del portafolio (Según cuadrantes)
4. Estrategias a implementar
5. **Diseñar un producto con referencia de una de las tendencias**
6. **Conclusiones y recomendaciones generales.**
7. **Bibliografía.**

****

**1. ANALISIS DEL NEGOCIO**

**Historia de la organización**

La compañía Grupo Éxito nace en una bodega del centro de Medellín en el año 1949 como un negocio con enfoque textil, debido a su formato innovador de compra, donde los clientes eran autosuficientes al seleccionar los productos que necesitaban, toma gran acogida a nivel nacional y comienza a expandirse rápidamente. En 1994 la compañía empieza el proceso de apertura accionaria y lista su acción en la Bolsa de Valores de Bogotá, Medellín y Occidente. Unos años más tarde, luego de mucho crecimiento y de incursionar en el sector retail a nivel nacional, el Grupo Casino, una compañía francesa líder en venta al por menor de alimentos se asocia con una compañía uruguaya llamada Supermercados Disco, juntos forman el primer supermercado Geant en Montevideo, también el Grupo Casino compra la compañía argentina Grupo Libertad y adquiere participación en Almacenes Éxito de Colombia. La política agresiva de adquisición y expansión del Grupo Éxito los lleva a crecer e incursionar en nuevos formatos según las necesidades de los clientes creando un formato de bodega de bajo costo bajo el nombre de Surtimax y creando un formato de compras ágiles bajo la marca de Éxito Express. En el 2015 Almacenes Éxito adquiere el derecho al voto sobre la compañía brasileña GPA y la totalidad accionaria de la empresa argentina Libertad, convirtiéndose en una compañía multilatina líder en el sector retail de América del Sur. En el 2016 se lanzan nuevos formatos innovadores, en este año se inaugura el primer Viva Mall en la ciudad de Medellín, en los siguientes años se inauguran Carulla Fresh Market, Éxito WOW y Carulla Smart Market en la ciudad de Bogotá. Además, en el 2019 se da un giro hacia la transformación digital del negocio y se vende el 100% de la participación que se tiene en GPA. En el año 2020 se viven retos importantes con la pandemia causada por el Covid-19, sin embargo, el negocio no paró y siguió su crecimiento en innovación y transformación digital lanzando Viva Online, la estrategia que lleva los almacenes de los centros comerciales Viva Malls a la casa de los consumidores, permitiendo que estos compren lo que desean desde la comodidad de sus hogares. La compañía hoy se encuentra presente en 23 departamentos de Colombia con 515 almacenes y alrededor de 35000 empleados. Además, cuenta con más de 90 almacenes y 6000 empleados en Uruguay y 25 almacenes y cerca de 2500 empleados en Argentina (GrupoÉxito, s.f.).

**Hitos destacados:**

**1970s:** Transformación hacia supermercados y expansión nacional.

**1990s:** Introducción de productos de marcas propias.

**2000s:** Expansión internacional en países como Brasil, Uruguay y Argentina.

**Reciente:** Enfoque en sostenibilidad, digitalización y ecommerce.

**Descripción de la organización**

Grupo Éxito es uno de los principales actores en el sector de retail en Latinoamérica, operando en categorías como supermercados, moda, electrodomésticos y ecommerce.

**Mercados principales:** Colombia, Brasil y Uruguay.

**Formatos de tienda:** Éxito, Carulla, Surtimax, Super Inter.

**Ecommerce:** Una plataforma robusta que combina venta online y entrega a domicilio.

**Misión, visión y valores**

Nuestro Propósito superior:

Un Propósito Superior de cara al futuro porque nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de hacer parte de los sueños de los colombianos y las colombianas.

**¡Creemos en el poder de construir país juntos!**

**Misión:** Trabajamos para que el cliente regrese, Satisfacer las necesidades de los clientes mediante la innovación y el servicio excepcional, ofreciendo un portafolio diversificado.

**Visión:** Ser líder en la región como una organización sostenible e innovadora, con un enfoque omnicanal.

**Valores:** Primero el **cliente, trabajo colaborativo, innovación, conciencia social y ambiental, Pasión por los** resultados, Compromiso con las comunidades, sostenibilidad, transparencia y excelencia en el servicio.

**2. EJECUCION DEL PLAN**

### Variables Estratégicas del Portafolio de Productos

Grupo Éxito organiza su portafolio en múltiples categorías, orientadas a diferentes segmentos de mercado:

* Alimentos y bebidas:
  + Alimentos frescos: Frutas, verduras, carnes, pescados y panadería.
  + Productos básicos: Arroz, aceite, azúcar, café, pastas.
  + Lácteos y derivados: Yogures, quesos, leches (incluyendo opciones sin lactosa).
  + Snacks y bebidas: Gaseosas, jugos, botanas.
* Moda y textiles:
  + Ropa casual, deportiva y formal.
  + Accesorios: Bolsos, calzado.
  + Marcas propias: Bronzini (ropa interior), Arkitect (ropa para adultos), Baby Fresh (ropa infantil).
* Electrodomésticos y tecnología:
  + Línea blanca: Neveras, lavadoras, microondas.
  + Electrónica: Celulares, computadores, televisores.
  + Pequeños electrodomésticos: Cafeteras, licuadoras.
* Productos financieros y servicios:
  + Tarjetas regalo, seguros y créditos.
  + Servicios de ecommerce y entrega a domicilio.

#### Tipo de producto (clasificación según características)

Por uso:

* Bienes de consumo inmediato: Alimentos frescos, productos de higiene personal.
* Bienes duraderos: Electrodomésticos, ropa, tecnología.
* Servicios: Logística de última milla (entregas rápidas), recargas móviles, seguros.

Por duración:

* Perecederos: Alimentos frescos (frutas, carnes).
* No perecederos: Productos enlatados, empaquetados, ropa, electrodomésticos.

Por tangibilidad:

* Productos físicos: Alimentos, ropa, tecnología.
* Servicios intangibles: Ecommerce, financiamiento, seguros.

#### Número de líneas o referencias

* En alimentos, Grupo Éxito tiene más de 1,500 referencias, desde productos básicos hasta gourmet.
* Moda incluye varias líneas para mujeres, hombres y niños, con enfoque en diseño y precio accesible.
* Electrodomésticos y tecnología abarcan cientos de referencias con marcas reconocidas y productos propios.

#### Profundidad del portafolio

Grupo Éxito se caracteriza por ofrecer una gran variedad dentro de cada categoría.

* Alimentos:
  + Ejemplo: Leche entera, descremada, deslactosada, orgánica y en polvo.
  + Carnes: Res, cerdo, pollo, mariscos, con opciones locales y premium.
* Moda:
  + Variedad en estilos, colores, tallas y temporadas.
  + Ejemplo: Camisetas de algodón en diferentes diseños (básicos, estampados).
* Electrodomésticos y tecnología:
  + Productos con especificaciones técnicas diversas, como televisores de diferentes tamaños y resoluciones (Full HD, 4K).

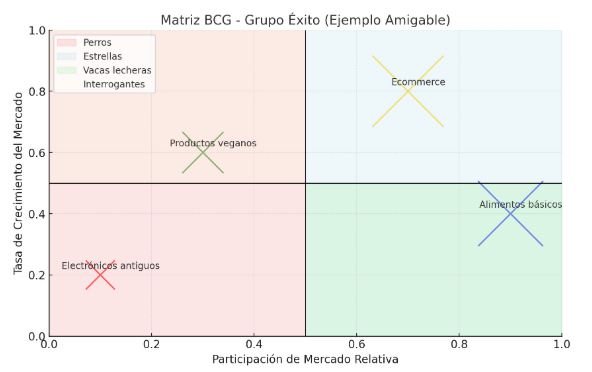
#### Amplitud del portafolio

Grupo Éxito maneja una amplia gama de categorías:

* Alimentos y bebidas: Base de su negocio tradicional.
* Moda y hogar: Innovación en marcas propias y colaboraciones.
* Electrodomésticos y tecnología: Proveedor clave para el hogar moderno.
* Servicios financieros: Valor agregado que fideliza a los clientes.

****

**3. Elaboración del Plan Estratégico del Portafolio**

****

**Estrellas**

Ecommerce: Debido al auge del comercio digital y la creciente preferencia de los clientes por compras online.

Productos frescos premium: Como frutas y verduras orgánicas, en las que el Grupo Éxito tiene una oferta diferenciada y está creciendo rápido.

**Vacas lecheras**

Marcas propias de alimentos: Taeq y Ekono, que dominan en la categoría de bienes básicos.

Supermercados físicos: Tiendas Éxito y Carulla, con fuerte presencia en el mercado colombiano.

**Interrogantes**

Nuevos productos sostenibles: Como envases biodegradables o alimentos veganos.

Productos tecnológicos exclusivos**:** Teléfonos o gadgets de marcas emergentes, que aún no tienen una gran aceptación.

**Perros**

Categorías obsoletas: Como productos electrónicos antiguos o accesorios con baja demanda.

Tiendas físicas en ubicaciones poco rentables: Surtimax en zonas con baja densidad de clientes.

**Estrategias a implementar (por cuadrante)**

**Estrategias para Estrellas**

Objetivo: Consolidar el liderazgo y asegurar el crecimiento continúo.

Acciones propuestas:

Mayor inversión en tecnología y marketing para fortalecer el ecommerce.

Expandir las líneas premium en categorías como alimentos frescos.

Mejorar la experiencia del cliente en canales digitales mediante inteligencia artificial y personalización.

**Estrategias para Vacas Lecheras**

Objetivo: Maximizar la rentabilidad mientras se controlan costos.

Acciones propuestas**:**

Optimizar la cadena de suministro para reducir costos logísticos en supermercados.

Ampliar la variedad de marcas propias en categorías clave como alimentos básicos.

Usar las ganancias para financiar productos en los cuadrantes de estrellas e interrogantes.

**Estrategias para Interrogantes**

Objetivo: Evaluar su potencial y decidir si invertir para convertirlos en estrellas o abandonarlos.

Acciones propuestas:

Realizar estudios de mercado para medir el interés en productos sostenibles o tecnológicos.

Lanzar pruebas piloto para productos innovadores, con un enfoque en regiones específicas.

Asociarse con startups o proveedores que puedan dar soporte a estas iniciativas.

**Estrategias para Perros**

Objetivo: Minimizar pérdidas y liberar recursos.

Acciones propuestas:

Identificar productos o tiendas no rentables y eliminarlos del portafolio.

Liquidar inventarios de productos obsoletos o con baja rotación.

Redirigir los recursos hacia categorías con mayor potencial (interrogantes o estrellas).

### **4. Diseñar un Producto con Referencia a una de las Tendencias**

Las tendencias del mercado juegan un papel crucial en la evolución del portafolio de productos de una compañía, ya que reflejan las preferencias cambiantes de los consumidores y las innovaciones tecnológicas. Grupo Éxito, como empresa que opera en diversos sectores (alimentos, moda, tecnología, productos financieros), tiene la oportunidad de diseñar productos que estén alineados con las tendencias emergentes. A continuación, se propone el diseño de un producto basado en una tendencia relevante:

#### Tendencia Seleccionada: Sostenibilidad y Consumo Responsable

En los últimos años, la sostenibilidad se ha convertido en una tendencia global, donde los consumidores prefieren productos que sean ecológicos, responsables con el medio ambiente y con un bajo impacto ambiental. Esta tendencia se ha visto reflejada en la demanda creciente de productos orgánicos, biodegradables, reciclables, y libres de plásticos.

Grupo Éxito, con su portafolio de marcas propias (como Taeq y Ekono) que ya han mostrado interés en productos saludables y naturales, podría capitalizar esta tendencia diseñando una línea de productos ecológicos y sostenibles. El producto propuesto es:

#### Producto Propuesto: Caja de Verduras y Frutas Ecológicas Sostenibles

Nombre del Producto: **"EcoFresh" - Caja de Verduras y Frutas Orgánicas y Sostenibles**

Descripción del Producto:

* **EcoFresh** es una caja que contiene una selección de frutas y verduras frescas, 100% orgánicas, provenientes de productores locales comprometidos con prácticas agrícolas sostenibles.
* El producto incluirá una variedad de productos frescos de temporada, con énfasis en alimentos nutritivos, libres de pesticidas y hormonas.
* La caja estará empaquetada en materiales reciclables y biodegradables, y se ofrecerá en diferentes tamaños según las necesidades del consumidor (individual, familiar, premium).
* Además de la caja básica, se ofrecerán suscripciones mensuales para entregar productos frescos a domicilio, con la opción de personalización según preferencias dietéticas o alergias alimentarias.

Beneficios para el Consumidor:

* Productos frescos, de calidad y con beneficios para la salud.
* Prácticas agrícolas responsables que promueven la sostenibilidad.
* Empaque ecológico que reduce el impacto ambiental.
* Comodidad en la compra y entrega a domicilio, ideal para clientes preocupados por el tiempo y la conveniencia.
* Soporte a productores locales y pequeños agricultores que practican métodos agrícolas responsables.

#### Análisis del Diseño del Producto:

1. Segmentación de Mercado:
   * Consumidores ecológicos y responsables: Este segmento está conformado por personas que buscan productos frescos, saludables y con un impacto ambiental bajo.
   * Familias jóvenes y profesionales: Personas que prefieren comprar alimentos de manera conveniente y sostenible, con un enfoque en la salud de la familia.
   * Clientes conscientes del medio ambiente: Personas que prefieren marcas que se alineen con sus valores de sostenibilidad y cuidado del planeta.
2. Propuesta de Valor:
   * Productos frescos, orgánicos y sin químicos, con la comodidad de la entrega a domicilio.
   * Un compromiso de Grupo Éxito con la sostenibilidad y el apoyo a los agricultores locales.
3. Estrategia de Marketing:
   * Canales de distribución: Se utilizarán tanto las tiendas físicas de Grupo Éxito (Carulla, Éxito) como su plataforma ecommerce para ofrecer las cajas.
   * Promociones y Publicidad: Anuncios en redes sociales, asociaciones con influencers del ámbito de la sostenibilidad, y campañas educativas sobre los beneficios del consumo responsable y ecológico.
   * Precio: Estrategia de precios premium para reflejar la calidad y los beneficios adicionales de los productos orgánicos y sostenibles, con opciones de suscripción con descuentos.

#### Impacto Esperado:

* Económico: Aumento en las ventas de productos orgánicos y eco-friendly, aprovechando la tendencia creciente hacia el consumo responsable.
* Social: Fortalecimiento de la reputación de Grupo Éxito como una empresa responsable con el medio ambiente y el bienestar de sus clientes.
* Ecológico: Reducción de residuos plásticos al usar empaques biodegradables y reciclables, y promoción de prácticas agrícolas responsables que contribuyen a la preservación del medio ambiente.

### **5. Conclusiones y Recomendaciones Generales**

1. Diversificación del Portafolio:
   * Grupo Éxito tiene un portafolio diversificado que abarca una variedad de categorías, desde alimentos frescos hasta productos tecnológicos. Esta diversificación permite a la empresa adaptarse a los cambios en el mercado y satisfacer diferentes necesidades del consumidor.
   * La matriz BCG ha mostrado que algunas categorías, como los productos orgánicos y el ecommerce, son estrellas con alto potencial de crecimiento, mientras que otras, como los productos electrónicos antiguos, deberían reconsiderarse debido a su bajo rendimiento.
2. Oportunidades en la Sostenibilidad:
   * El diseño del producto basado en la tendencia de sostenibilidad (como las cajas de frutas y verduras orgánicas) es una oportunidad significativa para Grupo Éxito, dado el creciente interés por productos ecológicos entre los consumidores. Esta tendencia no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también mejora la imagen de la marca como responsable con el medio ambiente.
3. Estrategia de Marketing y Diferenciación:
   * La inversión en estrategias de marketing digital, enfocado en plataformas de ecommerce y redes sociales, permitirá a Grupo Éxito alcanzar a un público más amplio, especialmente en segmentos más jóvenes que valoran la comodidad y la sostenibilidad.
   * La diferenciación de productos como marcas propias de calidad superior y la personalización en la oferta, como el caso de los productos orgánicos, fortalecerá la lealtad del cliente.
4. Fortaleza en el Canal Físico y Digital:
   * La combinación de una red de tiendas físicas consolidadas con una robusta plataforma de ecommerce coloca a Grupo Éxito en una posición ventajosa para captar tanto a consumidores tradicionales como a aquellos que prefieren realizar compras en línea, un segmento en constante crecimiento.
5. Importancia de la Innovación:
   * La innovación constante en productos y en procesos (como la implementación de soluciones tecnológicas en el ecommerce y la integración de opciones sostenibles en el portafolio) es crucial para que Grupo Éxito se mantenga competitivo y relevante en un mercado cambiante.

#### Recomendaciones Generales:

1. Expansión de Productos Sostenibles:
   * Recomendación: Grupo Éxito debe invertir más en la ampliación de su línea de productos sostenibles, como los alimentos orgánicos y los productos ecológicos en empaques reciclables. Desarrollar alianzas con proveedores que promuevan prácticas agrícolas responsables podría ayudar a asegurar la calidad y el abastecimiento continuo.
   * Justificación: La sostenibilidad es una tendencia que no solo es relevante en términos de preferencia de los consumidores, sino también en la mejora de la competitividad frente a competidores que aún no han adoptado prácticas responsables.
2. Optimización de la Experiencia de Compra Digital:
   * Recomendación: Mejorar la experiencia de compra online en la plataforma de ecommerce, invirtiendo en tecnologías como la inteligencia artificial para la personalización de recomendaciones de productos y la mejora de la atención al cliente.
   * Justificación: Dado el crecimiento del comercio electrónico, es vital que Grupo Éxito continúe perfeccionando su presencia digital para facilitar compras rápidas y satisfactorias, especialmente en segmentos de clientes más jóvenes.
3. Inversión en la Modernización de Productos Tecnológicos:
   * Recomendación: Actualizar y renovar su portafolio de productos tecnológicos, eliminando aquellos que están obsoletos o con baja demanda, y enfocándose en las tendencias emergentes como dispositivos inteligentes y electrónicos sostenibles.
   * Justificación: Al alinear sus ofertas con tecnologías emergentes y demandas más ecológicas, Grupo Éxito puede recuperar terreno en este sector y ofrecer productos innovadores.
4. Fortalecer la Marca Propia:
   * Recomendación: Potenciar las marcas propias como Taeq, Ekono, y otras, ofreciendo productos exclusivos y de mayor calidad que apelen tanto al segmento premium como al de consumidores conscientes del precio.
   * Justificación: Las marcas propias son una forma efectiva de diferenciarse en el mercado, mejorar el control de la calidad y ofrecer precios competitivos, lo cual puede aumentar la lealtad del cliente.
5. Monitoreo Continuo del Desempeño del Portafolio:
   * Recomendación: Realizar un análisis periódico y detallado del desempeño de cada línea de productos utilizando la matriz BCG, ajustando estrategias de inversión o eliminación de productos según su rendimiento.
   * Justificación: Un monitoreo constante del portafolio permitirá a Grupo Éxito adaptarse rápidamente a las fluctuaciones del mercado y tomar decisiones informadas sobre qué productos mantener, potenciar o retirar.

Estas conclusiones y recomendaciones buscan ofrecer una guía estratégica para mejorar el rendimiento y la competitividad de Grupo Éxito, aprovechando sus fortalezas y abordando áreas de oportunidad en el dinámico mercado colombiano.

1. **Bibliografía**

* Página web : <https://www.grupoexito.com.co/es/quienes-somos>
* **Kotler, P., & Keller, K. L.** (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. Este libro es una referencia clásica sobre marketing y gestión de productos, que aborda conceptos fundamentales sobre la segmentación, desarrollo de productos, y estrategias de portafolio, útiles para analizar las decisiones estratégicas de Grupo Éxito.
* Grupo Éxito (2023). Informe Anual 2023. Grupo Éxito. Este documento proporciona información actualizada sobre la estrategia y el desempeño financiero de Grupo Éxito, lo cual es crucial para contextualizar el análisis del portafolio de productos de la empresa.