

# CASO: BURT'S BEES

Segmentación y comportamiento del consumidor



1984

# Datos

**Segmento:** Productos cosméticos de calidad y ecológicos estadounidenses.

**Sede:** Durham, Carolina del Norte.

**Fundación:** En 1984 por Burt Shavitz y Roxanne Quimby

**Tipo:** Sociedad de responsabilidad limitada

**Forma legal:** Adquisición corporativa por CLOROX, empresa privada.

**Símbolo bursátil NYSE :** CLX (De la empresa por la que fue adquirida)

**Presencia en:** Canadá, Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, México, Alemania, Francia, España, Italia, Países Bajos, Suecia, Noruega, Dinamarca y Japón.

# Ingresos

## CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENT OF EARNINGS

YEARS ENDED JUNE 30 DOLLARS IN MILLIONS, EXCEPT PER SHARE DATA	2023	2022	2021
Net sales	\$ 7,389	\$ 7,107	\$ 7,341
Cost of products sold	4,481	4,562	4,142
Gross profit	2,908	2,545	3,199
Selling and administrative expenses	1,183	954	1,004
Advertising costs	734	709	790
Research and development costs	138	132	149
Goodwill, trademark, and other asset impairments	445	—	329
Interest expense	90	106	99
Other (income) expense, net	80	37	(72)
Earnings before income taxes	238	607	900
Income taxes	77	136	181
Net earnings	161	471	719
Less: Net earnings attributable to noncontrolling interests	12	9	9
Net earnings attributable to Clorox	\$ 149	\$ 462	\$ 710
Net earnings per share attributable to Clorox			
Basic net earnings per share	\$ 1.21	\$ 3.75	\$ 5.66
Diluted net earnings per share	\$ 1.20	\$ 3.73	\$ 5.58
Weighted average shares outstanding (in thousands)			
Basic	123,589	123,113	125,570
Diluted	124,181	123,906	127,299



El cálculo de las ventas del 18% nos da un estimado de \$1,330,000.02,

# Ingresos

Burt's Bees, Inc.

Consolidated Statements of Income  
(In thousands)

	Year Ended December 31	
	2006	2005
Net sales	\$ 120,717	\$ 106,504
Cost of goods sold	54,504	49,444
Gross profit	66,213	57,060
Selling, general, and administrative expense	35,141	28,699
Product development expense	1,221	915
Total operating expenses excluding non-cash compensation related to stock options	36,362	29,614
Operating income before non-cash compensation expense to stock options	29,851	27,446
Non-cash compensation expense related to stock options	1,717	—
Operating income	28,134	27,446
Other expense (income):		
Interest expense	14,558	16,861
Change in fair value of interest rate swap	267	(1,438)
Transaction costs	—	2,500
Interest income	(421)	(223)
Loss on sale of asset	247	63
Total other expense (income)	14,651	17,763
Income before income tax provision	13,483	9,683
Income tax provision	4,658	3,654
Net income	\$ 8,825	\$ 6,029

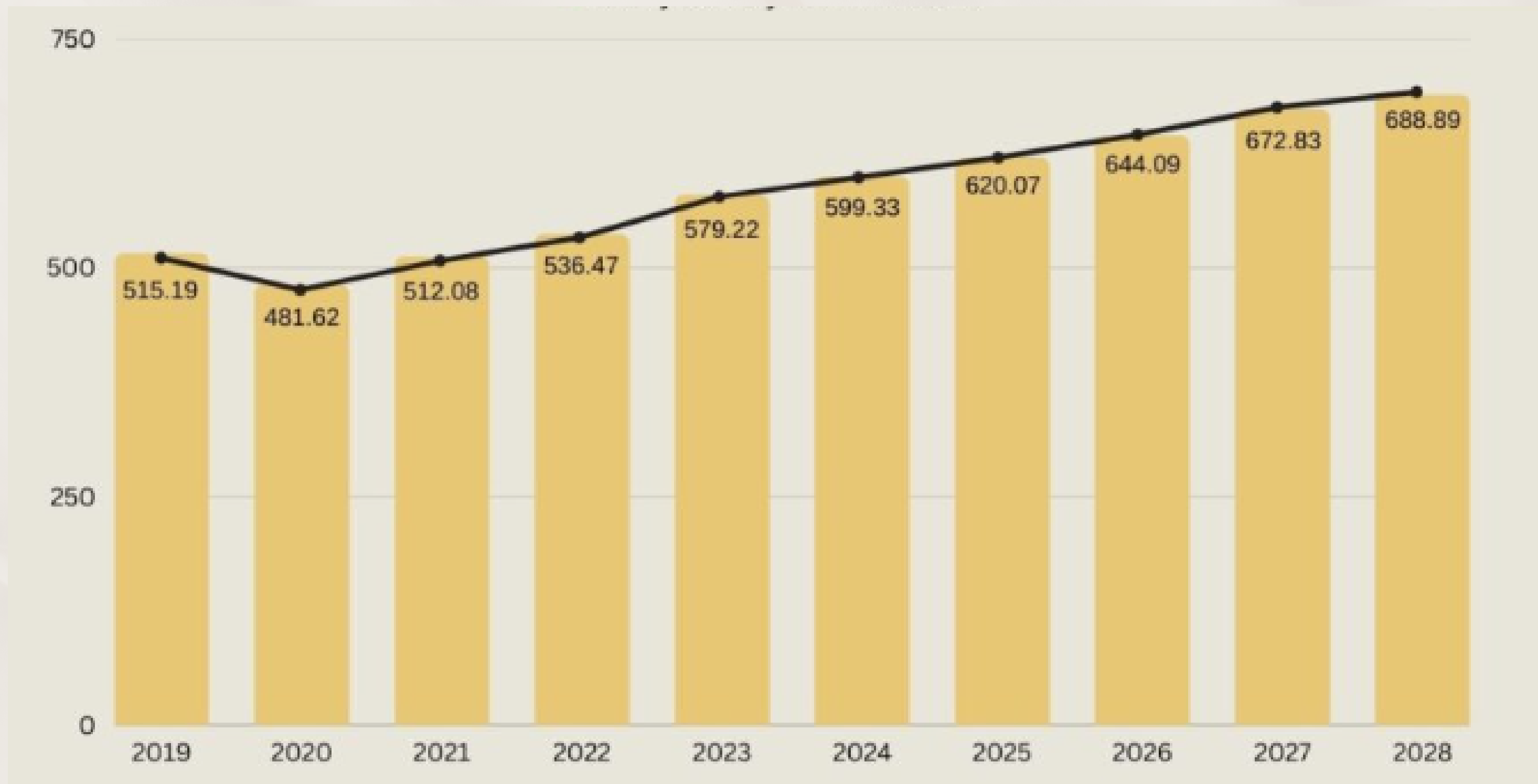
# Cosméticos

- La importancia de los cosméticos ha crecido debido a que los consumidores son más conscientes del cuidado de la piel, el aseo y la apariencia física debido a preocupaciones sociales y ambientales.
- Para el uso diario, los productos de cuidado personal como desodorantes, perfumes y cosméticos se han vuelto necesarios ya que la apariencia física es esencial. ,
- Se espera que el tamaño del mercado de productos de belleza y cuidado personal de los Estados Unidos crezca de USD 91.34 mil millones en 2023 a USD 104 mil millones para 2028, a una tasa compuesta anual de 2.63% durante el período de pronóstico (2023-2028).

# Valor del mercado global (billones)

**BURT'S BEES®**

TRUE TO NATURE™



Tamaño del mercado

# Segmentación

**BURT'S BEES®**

TRUE TO NATURE™

<b>POR CATEGORIA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Productos para el cuidado de la piel y el sol</li><li>• Productos para el cuidado del cabello</li><li>• Desodorantes y fragancias</li><li>• Cosméticos de maquillaje y color</li></ul>
<b>POR GÉNERO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hombres</li><li>• Mujeres</li><li>• Unisexo</li></ul>
<b>POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hipermercados/Supermercados</li><li>• Tiendas especializadas</li><li>• Farmacias</li><li>• Canales de venta en línea</li><li>• Otros</li></ul>
<b>POR REGIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• América del Norte</li><li>• Europa</li><li>• Asia Pacífico</li><li>• Centro y Sudamérica</li><li>• Medio Oriente y África</li></ul>

# Valor del mercado en E.U.

**BURT'S BEES**<sup>®</sup>  
TRUE TO NATURE™



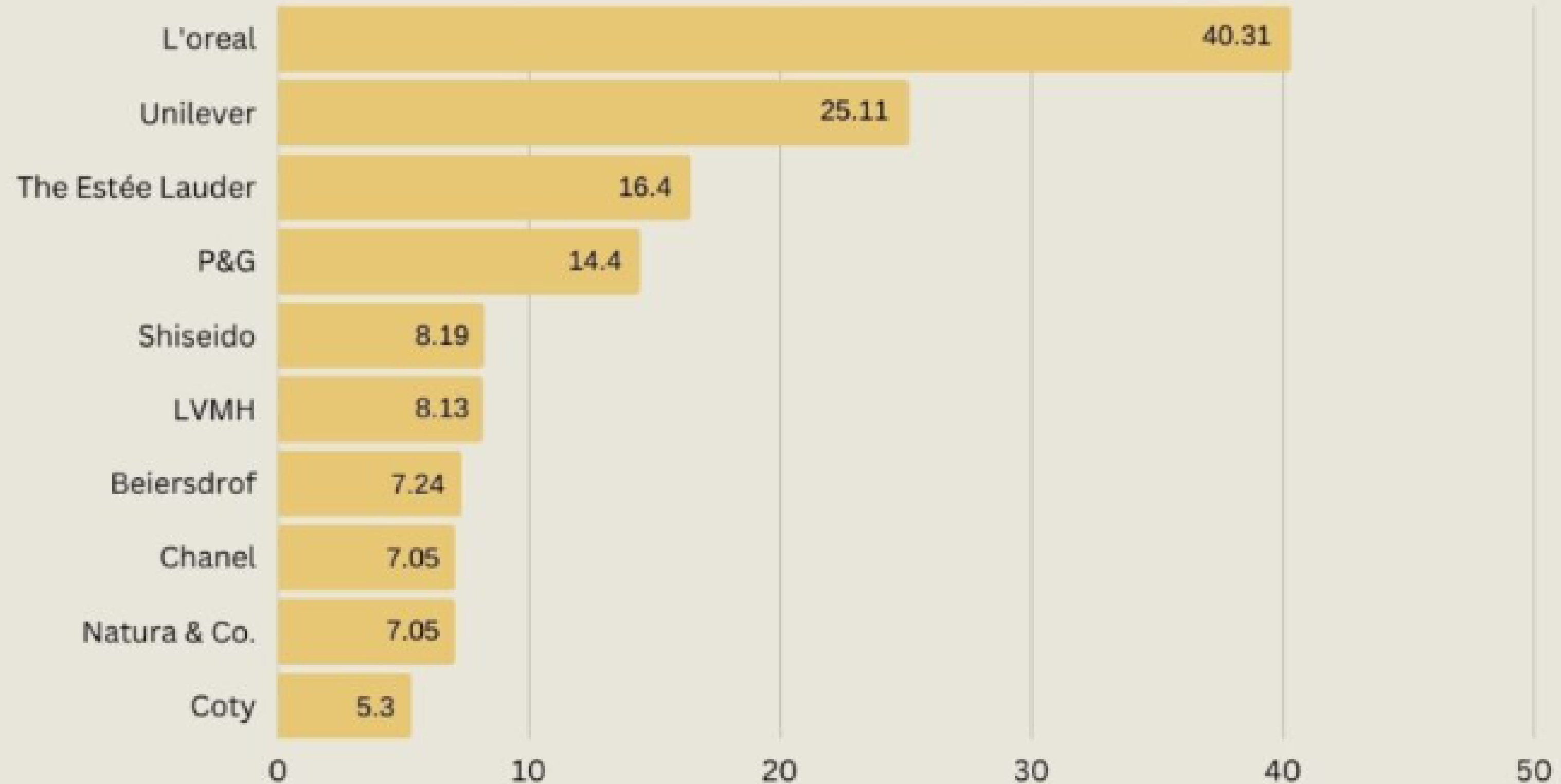
Market Size (2023)	USD 91.34 Billion
Market Size (2028)	USD 104 Billion
CAGR (2023 - 2028)	2.63 %



# Competencia (billones)

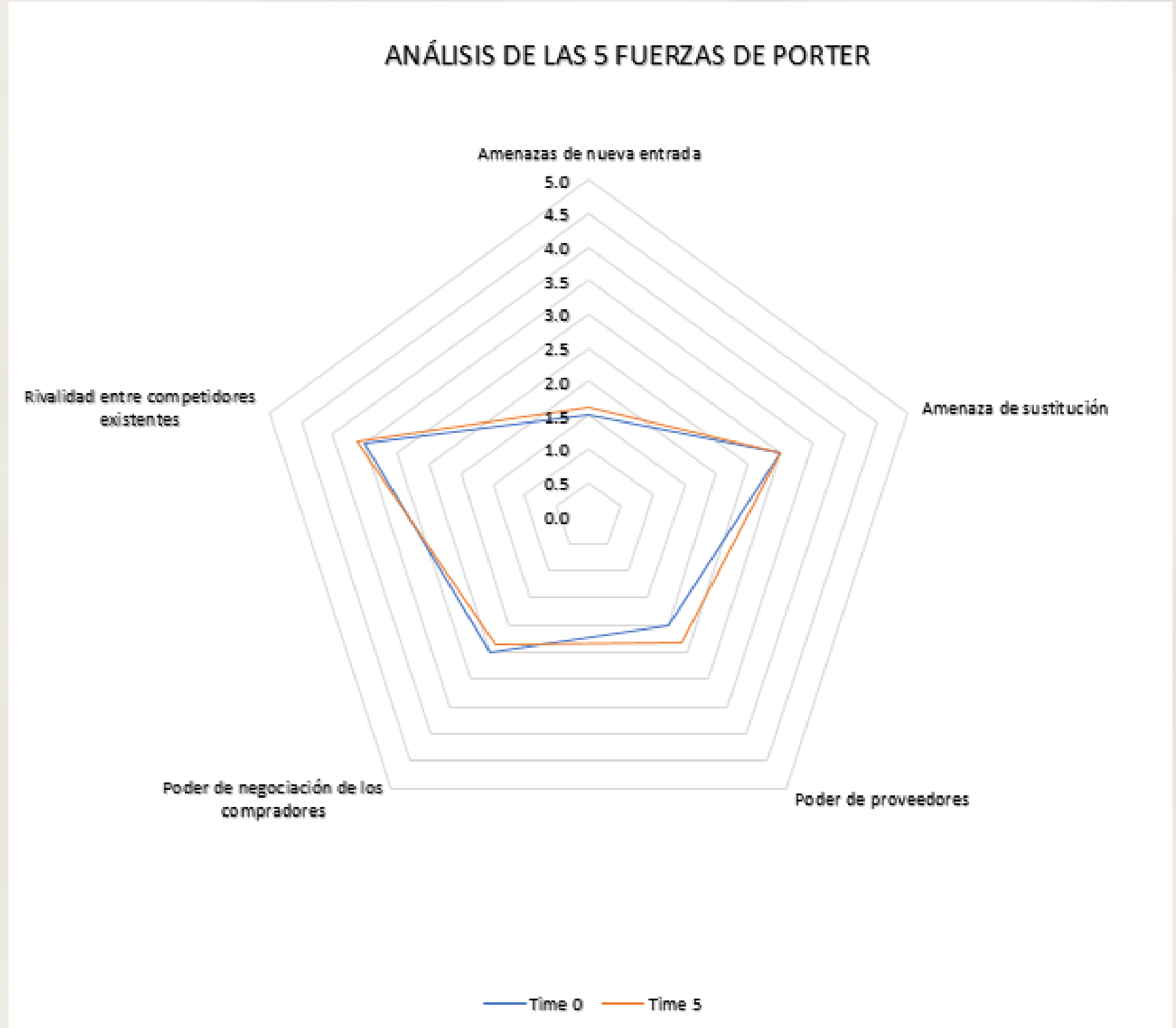
**BURT'S BEES®**

TRUE TO NATURE™



Competencia

# Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

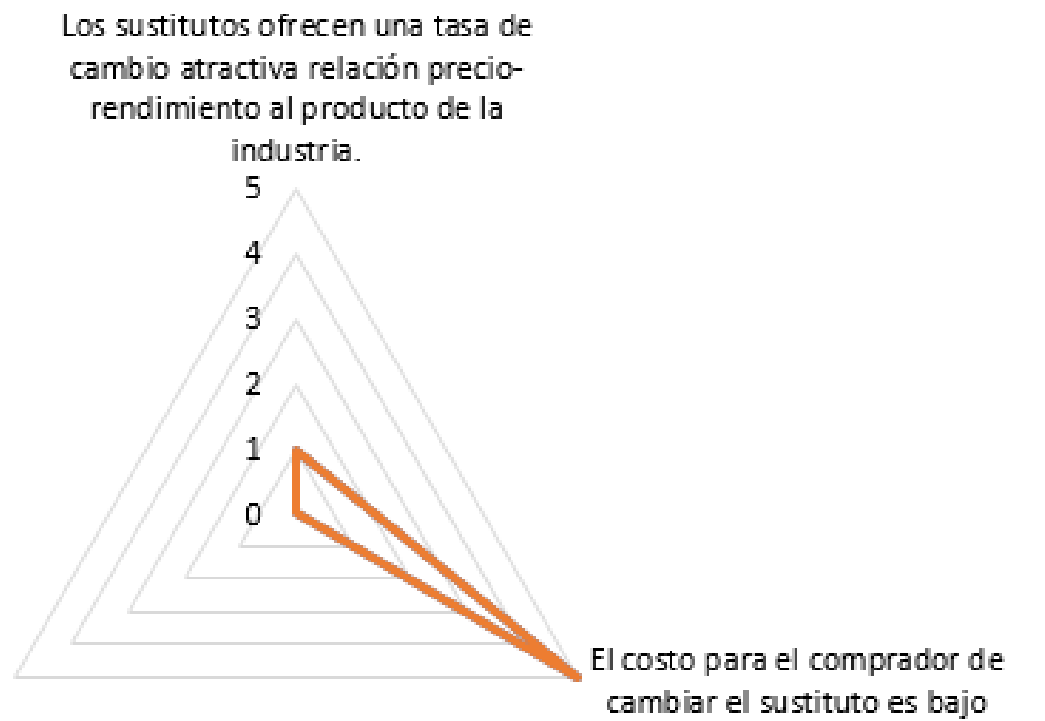


# Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

### Amenzas de nueva entrada



### Amenaza de sustitución

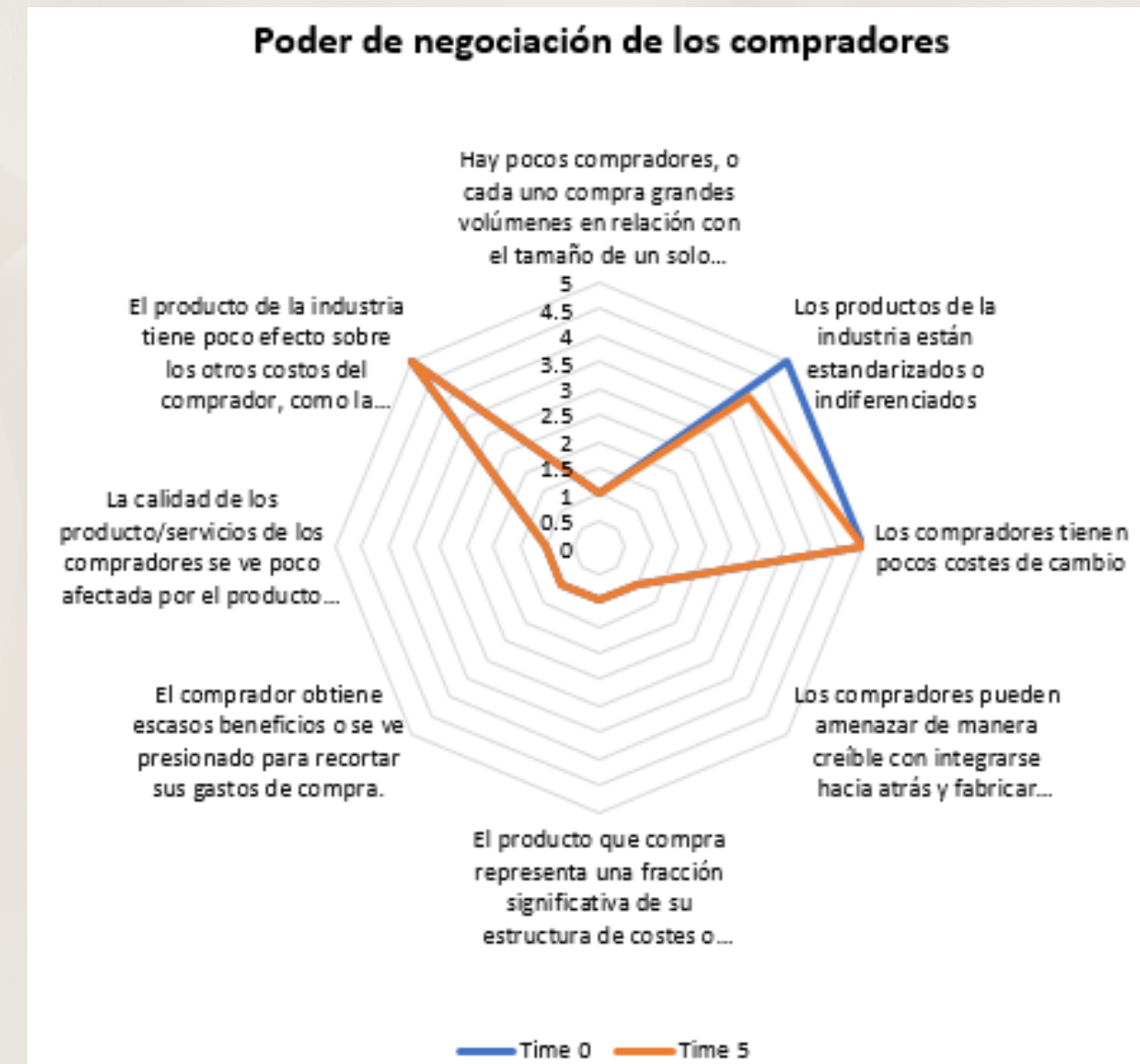


# Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

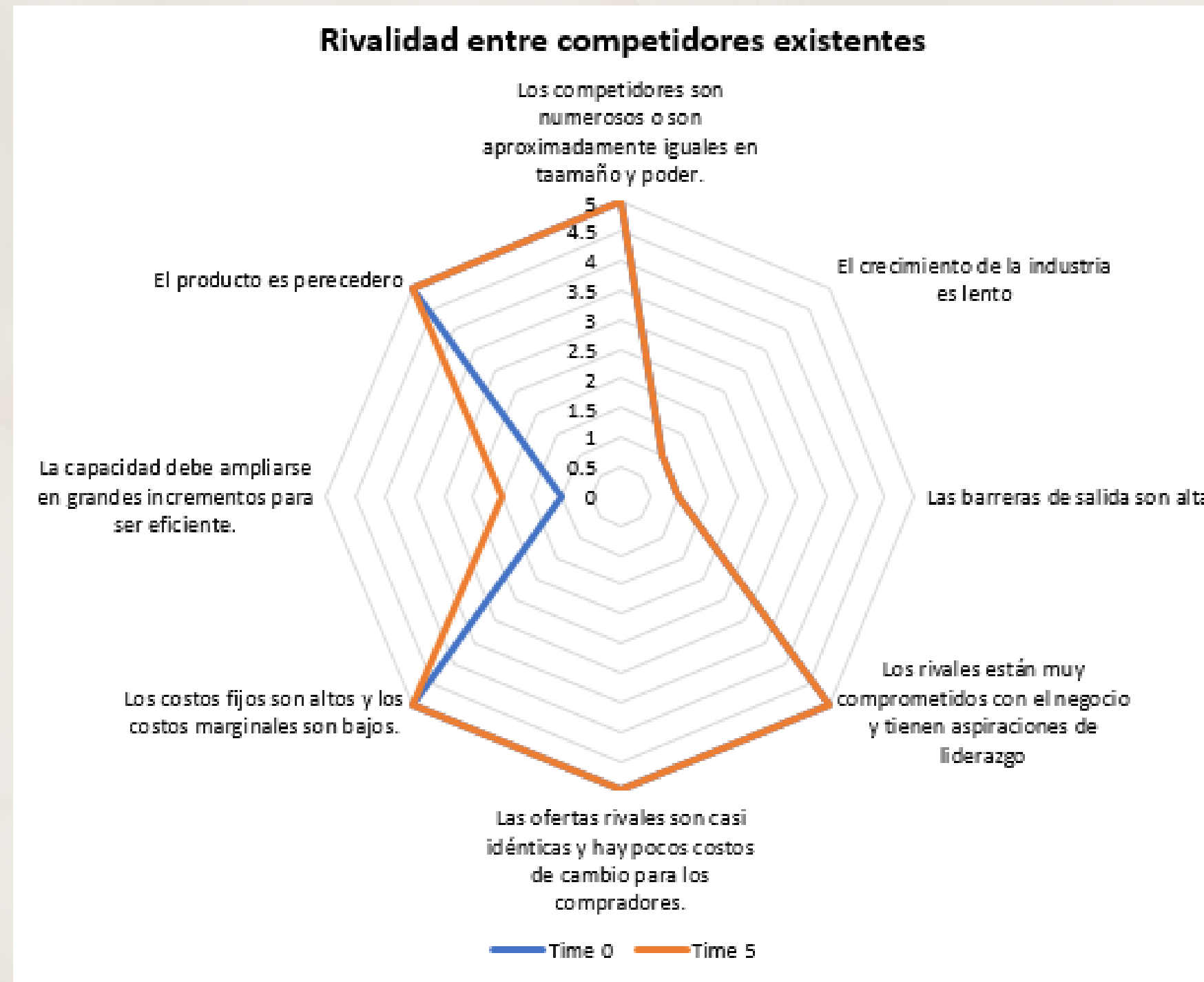
### Poder de los proveedores



### Poder de negociación de los compradores



# Análisis de las 5 fuerzas de PORTER



# Análisis PESTEL

Análisis externo: Pestel

POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLÓGICO	ECOLÓGICO	LEGAL
P	E	S	T	E	L
Políticas públicas de inclusión a las mujeres	La recesión económica favorece a la industria de cosméticos ya que el impulso de las personas es comprar.	La creciente tendencia hacia el uso de productos cosméticos entre los hombres	La reciente popularidad de los sitios web de comercio electrónico	La sostenibilidad ambiental puede favorecer a la industria ya que se crean otros nichos de mercado	La FDA ayuda a garantizar cierto nivel de calidad y seguridad en los productos cosméticos
Políticas públicas de educación financiera hacia las mujeres	La creciente independencia financiera de las mujeres.	Existe una gran heterogeneidad entre los consumidores	La innovación tecnológica favorece la creación de nuevos productos llamativos para el mercado	Creciente preferencia de los cosméticos basados en ingredientes naturales y su impacto en el cuerpo	Regulaciones ecológicas obligatorias para seguir en la industria de cosméticos
Incentivos gubernamentales para que las empresas desarrollen productos más ecológicos y sustentables.	El recorte de gastos de los consumidores afecta a la industria de cosméticos.	El envejecimiento de la población hace que se utilicen cada vez más tratamientos antienvjecimiento	La robótica puede hacer que la producción sea más rápida y eficiente	Escasez de materia prima debido a problemas ambientales	
Modificación en políticas comerciales que ponga en riesgo la exportación de productos	Inflación que podría aumentar los costos de producción	Movimientos sociales en contra de los cosméticos con uso de químicos	Productos obsoletos debido a la rapidez de los avances tecnológicos		

# Análisis VRIO

	V VALIOSO	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZADO	
DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO (LIMITADA)	✓	✗	✗	✗	DESVENTAJA COMPETITIVA
150 PRODUCTOS DIFERENTES	✓	✗	✗	✓	PARIDAD COMPETITIVA
ECO- MARCA	✓	✓	✗	✓	VENTAJA COMPETITIVA TEMPORAL
PRODUCTOS CASEROS Y NATURALES DE ALTA CALIDAD	✓	✓	✗	✓	VENTAJA COMPETITIVA TEMPORAL
VALORES CENTRALES	✓	✓	✗	✓	VENTAJA COMPETITIVA TEMPORAL
PRESTIGIO	✓	✓	✓	✓	VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE
ESTRATEGIA DE PRECIOS	✓	✓	✓	✓	VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE

# Análisis FODA

## 2-(O) Oportunidades

1. **Preferencia de cosméticos basados en ingredientes naturales**
2. **Popularidad del comercio electrónico**
3. **Tendencia hacia el uso de productos cosméticos naturales entre los hombres**

## 4-(A) Amenazas

1. **Escases de materia prima debido a problemas ambientales**
2. **Productos obsoletos debido a la rapidez de los avances tecnológicos**

## 1-(F) Fortalezas

1. **Eco-marca**
2. **Productos caseros y naturales de alta calidad**
3. **Prestigio**

## 3-(D) Debilidades

1. **Disponibilidad de producto limitada**
2. **150 productos diferentes**

## Estrategias FO

1. **Crear un sistema de puntos para clientes mediante una App. (F1, F2, O1,2)**
2. **Nicho de mercado (F3, O1, 3)**
3. **Alianzas con plataformas de comercio electrónico (F3, O2)**
4. **Alianzas con empresas eco-friendly (F1, F2, O2)**

## Estrategias DO

1. **Alianzas con plataformas de comercio electrónico (D1, O2)**
2. **Expansión de tiendas físicas en Burt´s Bees en puntos clave (D1,O2)**
3. **Expandir y diversificar la gama de productos (D2, O1,O3)**

## Estrategias FA

1. **Alianzas con programas de agricultura orgánica, prácticas de cultivo sostenible y colaboraciones con comunidades locales. (F3, A1)**
2. **Desarrollo de nuevos productos ecológicos mediante la innovación tecnológica. (F1, F2, F3, A2)**

## Estrategias DA

1. **Desarrollar una gama más amplia de productos con uso de la tecnología que utilicen ingredientes alternativos (eco-friendly) o reciclados. (D2, A1, A2)**
2. **Colaborar con socios tecnológicos (D1, A2)**



**BURT'S BEES®**

TRUE TO NATURE™

# Posicionamiento:

Para quienes buscan cosméticos ecológicos de alta calidad, Burt's Bees ofrece a sus clientes productos elaborados conscientemente con ingredientes naturales para nutrir y revitalizar tu piel de alta calidad.

El compromiso Burt's Bees por cuidar al planeta tierra y por cuidar tu piel es la razón por la cual se diferencia del resto.





*¡MUCHAS GRACIAS!*