

# Factores de competitividad de las Pymes del sector cosmético y aseo en la ciudad de Pereira

*Natalia Bedoya Villa<sup>1</sup>, Valentina Grajales Victoria<sup>2</sup>, Brenda Yised Loaiza Arango<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>*Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras, Fundación Universitaria del Área Andina, Calle 24 N° 8 -55, Pereira, Colombia*  
Correo electrónico: [nbedoya12@estudiantes.areandina.edu.co](mailto:nbedoya12@estudiantes.areandina.edu.co)

<sup>2</sup>*Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras, Fundación Universitaria del Área Andina, Calle 24 N° 8 -55, Pereira, Colombia*  
Correo electrónico: [vgrajales5@estudiantes.areandina.edu.co](mailto:vgrajales5@estudiantes.areandina.edu.co)

<sup>3</sup>*Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras, Fundación Universitaria del Área Andina, Calle 24 N° 8 -55, Pereira, Colombia*  
Correo electrónico: [bloaiza4@estudiantes.areandina.edu.co](mailto:bloaiza4@estudiantes.areandina.edu.co)

**Resumen**— El presente artículo, es una revisión bibliográfica acerca de competitividad de las Pymes del sector cosmético y aseo en la ciudad de Pereira, cuyos objetivos fueron definir y establecer los factores de competitividad de las Pymes. Asimismo, la metodología utilizada fue un análisis documental, de enfoque cualitativo y tipo descriptivo. Igualmente, la realización del artículo concluye que: La competitividad, se ha convertido en una necesidad para llevar a cabo todas las actividades empresariales y llegar a nuevos mercados; Las Pymes deben desarrollar factores de competitividad como la innovación, la productividad y adaptar nuevas tecnologías para lograr un proceso eficiente y más competitivo. Además de fomentar la investigación y el desarrollo, para mejorar las técnicas productivas que permitan la optimización de los recursos la reducción de costos y la calidad de los productos. El sector cosméticos y aseo en Colombia, es un sector que le genera ventaja competitiva debido a que es el país con mayor biodiversidad a nivel mundial, permitiendo la elaboración de este tipo de productos con ingredientes naturales y orgánicos, que actualmente están siendo muy bien aceptados por los consumidores tanto nacionales como internacionales, por sus beneficios.

**Palabras clave**— Competitividad, Pymes y Sector Cosmético y Aseo.

**Abstract**— This article is bibliographic review about the competitiveness of SMEs in the cosmetic and hygiene sector in the city of Pereira, whose objectives were to define and establish the competitiveness factors of SMEs. Likewise, the methodology used was a documentary analysis, with a qualitative approach and a descriptive type. Likewise, the completion of the article concludes that: competitiveness has become a necessity to carry out all business activities and reach new markets; SMEs must develop competitiveness factors such as innovation, productivity and adapt new technologies to achieve an efficient and more competitive process. In addition to promoting research and development, to improve production techniques that allow the optimization of resources, cost reduction and product quality. The cosmetics and cleaning sector in Colombia is a sector that generates a competitive advantage because it is the country with the greatest biodiversity worldwide, allowing the

*elaboration of this type of products with natural and organic ingredients, wich are currently being very well accepted, by both national and international consumers, for its benefits.*

**Keywords**— *Competitiveness, SMEs and Cosmetics and Toilet Sector.*

## **1. Introducción**

La competitividad en las Pymes del sector cosmético y aseo, es de gran importancia para el crecimiento y desarrollo del país, ya que representan el 66% del gremio empresarial y ayudan a mejorar los indicadores económicos del país, mediante la generación de empleo y el aumento de la productividad.

Es por ello, que las Pymes dependen de una serie de factores competitivos, como lo son: aumento de la productividad, incorporar la innovación y adaptarse a los cambios tecnológicos. Estos ayudan a las empresas a alcanzar sus objetivos estratégicos, ya que la competitividad no solo depende de la capacidad para producir bienes o servicios, sino para añadirle valor agregado, aumentar la calidad de los mismos y preocuparse por una mejora continua en sus procesos y productos.

Bajo el marco expuesto anteriormente, se puede evidenciar la importancia de crear nuevos productos y de incorporar una nueva tecnología, utilizando y cambiando de manera inteligente los recursos disponibles con el fin de llegar a mercados internacionales.

A medida que se desarrolla el trabajo, se puede afirmar la relevancia que tiene el factor de competitividad para estas empresas, y por ello surge la necesidad de crear un plan de acción, con el fin de incrementar el potencial de la industria y convertirla más fuerte a nivel mundial. Es por ello, que el PTP tiene como finalidad alcanzar un mayor desarrollo productivo y generar un entorno más competitivo a nivel empresarial.

## **2. Método**

El presente artículo de revisión documental es de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo el cual pertenece a la revisión documental, la cual tiene como objeto elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el interés, en este caso la competitividad del sector cosméticos y aseo.

La revisión documental presenta un diseño no experimental de corte transversal, porque se realizan observaciones en un solo momento, su propósito es describir variables y analizar su

incidencia en un momento dado, en este caso la productividad, la innovación y la adopción de nuevas tecnologías, el cual abarca los factores de competitividad del sector cosmético y aseo.

La metodología utilizada fue una rejilla de análisis documental, construida en excel en donde se evidencia: el autor y año, título, objetivo, método, resultados. Los documentos que se analizaron como: papers, monografías, investigaciones, libros y páginas web, recolectando y seleccionando, analizando y presentando resultados coherentes, definidos en relación a los objetivos planteados.

El análisis de la información se realizó mediante el análisis documental del contenido, el cual se basó en tres fases: la primera la lectura/ comprensión, la segunda el análisis y la tercera la síntesis.

### **3. Desarrollo del Tema**

La competitividad se determina mediante diversos factores, que a su vez establecen el posicionamiento de un ente económico en el mercado, como lo son: la productividad, la calidad, la diversificación, la innovación y la integración de la tecnología en el proceso productivo.

Según (Porter, 1990, págs. 69-70) en su libro “La ventaja competitiva de las naciones”, señala que la competitividad de una nación no solo depende de la capacidad que tenga para producir bienes y servicios, sino para innovar, perfeccionarse y preocuparse por la mejora continua en sus procesos. Igualmente, las empresas funcionan de manera similar, generan competitividad basándose en la innovación, la productividad y la incorporación de nuevas tecnologías, con el fin de mejorar los procesos y actividades de la empresa, permitiéndole competir en un mercado global y generar una ventaja competitiva.

Hay que mencionar además a (Klaus, Wolfgang, Dirk, & Meyer, 1995) quienes señalan que la competitividad es el resultado de relación entre los cuatro niveles económicos: micro, meso, macro, y meta, afirman que el resultado del éxito competitivo de una empresa depende de la interacción entre estos cuatro niveles, ya que esto es lo que genera ventajas competitivas.

Adicionalmente, la ventaja competitiva se logra a través de una estrategia que consiste en añadirle valor al producto, que no esté siendo implementada y no sea fácil de imitar

por parte de sus competidores. (Apodaca Del Angel, Maldonado- Radillo, & Máynez-Guaderrama, 2016).

Se debe agregar que según (Mesa Andrade , Ramirez Fleyle , & Romero Zuñiga, 2017) “la competitividad de la empresa es el performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores.” (p.3)

Por otra parte, (Galindo Rodriguez, Tovar Coronado, & Samboni Gasca, 2014) define la competitividad como “la necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de sus mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación de sus bienes y servicios en ellos, a partir de una concepción que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales.” (p.91)

Se debe agregar que (Castañeda Cárdenas & Naranjo Sáenz, 2017) describe que la competitividad se enfoca principalmente en la forma como las empresas se comportan frente a su competencia en el mercado global, y cuáles son las estrategias que utiliza el mercado local para sobreponerse a la llegada de productos extranjeros, con precios y características competitivas. Además, afirma que el éxito competitivo se logra cuando el número de productos exportados es superior a la cantidad de productos importados.

Acorde con lo anterior, (Colina, 2009) señala tres estrategias genéricas que le sirven como herramienta a las empresas para mantener su posición frente a la competencia, estas son: El liderazgo en costos totales bajos, la diferenciación y el enfoque, este último define un segmento limitado de clientes con el fin de servirles de forma más eficiente que los competidores. Estas estrategias, traen como resultado una mejor rentabilidad y reducción de costos.

Por otro lado, (Solleiro & Castañón, 2005) afirman que la competitividad de las empresas depende de una serie de factores como lo son: La calidad y cantidad de talento humano para realizar una actividad, la rapidez de las empresas de apoyo para suministrar insumos y/o servicios, la productividad, los costos y la participación en el mercado. Para el caso de la productividad, se trata de medir este indicador, con el fin de estimar la eficiencia de la empresa para transformar o convertir los insumos en

productos terminados, para así reflejar el buen manejo de los recursos de la empresa, la innovación y aceptación de los productos.

Con respecto a la productividad (Castaño, 2016) considera que la productividad es una medida global para que las organizaciones alcancen sus objetivos, mediante la eficiencia con que utilicen los recursos con el fin de crear productos útiles.

De igual modo, (Lozano & Pineda Morales, 2011) define la productividad como “la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. Mide la eficiencia de producción por factor utilizado, que es por unidad de trabajo o capital utilizado.” (p.30)

De manera semejante, (Osorio, 2014) define la productividad como “una medida de la eficiencia económica, que resulta de la capacidad para utilizar y combinar inteligentemente los recursos disponibles.” (p.19)

A su vez, la productividad está determinada por la relación entre los insumos utilizados y el número de unidades producidas con los mismos. Mientras que la eficiencia, la define como la relación entre el nivel de producción real y el nivel esperado, para así lograr la mayor productividad posible. (Peña, 2017).

Dicho lo anterior, según (Carro & Gonzáles Gómez, 2012) “la eficiencia de un proceso productivo está relacionada con su productividad, su calidad, su costo, su ciclo de respuesta, su inversión, etc.” (p. 8)

Se debe agregar que, es necesario crear nuevas ideas y productos, para que estos lleguen a diferentes mercados nacionales e internacionales. Estas ideas se deben materializar rápidamente para generar y asegurar una ventaja competitiva. (Programa de Transformación Productiva [PTP], 2016)

Para comprender mejor es necesario aclarar que, la competitividad y la productividad no son iguales, son un complemento. Siendo la productividad el mejor indicador para determinar la competitividad de una empresa, se debe tener en cuenta que para mejorar los niveles de productividad de una empresa es necesario incorporar tecnología, tanto

en los procesos como en los productos, mejorar la calidad de los bienes y la eficiencia en la producción (Padilla R. , 2006).

En relación a lo anterior, las tecnologías a medida que se van adoptando y utilizando en las empresas, permiten mejorar la eficiencia y eficacia en los procesos y actividades de la misma. (Lébre La Rovere & Hasenclever, 2003).

Es necesario mencionar, que no basta con la capacidad de las empresas para ofrecer productos de calidad y con buenos precios para ser aceptados por el mercado; sino que además los empresarios o gerentes vean la utilidad y las oportunidades que trae consigo la adopción de las tecnologías, para hacer cosas diferentes y aumentar el nivel de competitividad de las empresas (Saldivar González, García Rivera, Valenciana Moreno, & Roa Rívera, 2012)

Otro rasgo para lograr la productividad según (García, 2013) es gestionar y organizar adecuadamente los procesos de la empresa. Es muy importante reconocer, que los clientes buscan un producto y/o servicio que ofrezcan buena calidad, pero a bajo costo; es por ello que las empresas deben aplicar y diseñar técnicas para optimizar los recursos y los procesos. Igualmente, para ser productivo y obtener altos estándares de calidad es necesario tener personal capacitado, mejorar y actualizar sus conocimientos. Adicionalmente, se debe crear buenas relaciones interpersonales entre colaboradores y directivos; brindar un espacio de trabajo cómodo y dar mayor autonomía y trabajos que generen retos a los colaboradores, esto con el fin de mejorar los estándares de calidad, gracias al compromiso y entrega de los colaboradores y a su vez un aumento en la productividad.

Por otra parte, (Aragón Sánchez & Rubio Bañón, 2005, págs. 42-45) en su investigación sobre los factores del éxito competitivo, explican los factores que deben tener en cuenta las Pymes para poder desarrollar al máximo su capacidad y adaptarse a los cambios que se presenten en el mercado global, debido a que cada vez se desarrollan nuevas técnicas y procesos que le permiten a las empresas mejorar su rendimiento y volverse más eficientes en la realización de sus actividades. Los principales factores que determinan el éxito de una Pyme son los siguientes:

*Los Recursos Humanos:* El pilar de una empresa es su personal, es por esto que las empresas están en la obligación de conocer detalladamente las habilidades, capacidades y actitudes de sus trabajadores al momento de desempeñar su trabajo, esto con el fin de generar políticas de gestión del recurso humano que lleven a la compañía a tener un personal altamente competitivo.

*Capacidad Directiva para Gestionar la Empresa:* Los directivos son los que se encargan de dar rumbo a la empresa, fijar las metas y los objetivos que todos deben conocer y apropiarse de su correcta ejecución, la manera como los líderes gestionan los recursos humanos, financieros y tecnológicos determinará el éxito de una organización.

*La Innovación:* Uno de los factores clave para generar competitividad es la innovación, contemplarla en todos los campos de la empresa traerá múltiples beneficios, ya que desde la gestión administrativa hasta la parte operativa debe estar en constante cambio, buscando siempre la mejor opción para mejorar los procesos y generar resultados más eficientes. La innovación en tecnología es fundamental en la era de la globalización por lo que requiere más innovación y un enfoque más detallado.

En cuanto a la innovación, (Ferrás, 2013) la define como la introducción de un bien (producto) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores; esto con el fin de crear nuevos mercados y de introducir nuevas formas para competir.

De manera análoga, (Nieto & Griol, 2011) deducen la innovación como “el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. La innovación en un sentido económico, consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado” (p.3).

Dentro de este contexto, como menciona (Escorsa Castelles & Valls Pasola, 2003) “la innovación es el elemento clave que explica la competitividad.” (p.21). Así mismo, (Benzaquen, 2010) sostiene que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar.”(p.70)

De igual modo, (Suarez Mella, de la Rosa Betancout , & Jimerez , 2008) manifiesta que “la actividad innovadora se constituye efectivamente, con el capital humano (es decir, el trabajo calificado), uno de los principales factores que determinan las ventajas comparativas de las economías industriales avanzadas.” (p.82)

En otros términos, (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos [OCDE] & Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas[EUROSTAT], 2005) expresan que “la innovación es la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o las organizaciones de la empresa con el propósito de mejorar los resultados.” (p.44)

Similarmente, la innovación efectiva es la que conlleva a una empresa a tener un posicionamiento superior con respecto a los demás, es decir que le permite diferenciarse con ventaja, real o percibida, siendo esto aplicable a productos y procesos. (Garcia, Coll, & Blasco , 2005)

Conviene subrayar, según (Braidot, 1999) que “No se trata sólo de fomentar un cierto tipo de innovación tecnológica, sino de considerar la búsqueda de la innovación como un proceso continuo que forma parte de la estrategia global de empresa.” (p.13)

En consecuencia a lo antes mencionado, (Ávila Berrio , Pérez, & Vega Brito, 2016) quienes como factor de competitividad en las Pymes, indican que los empresarios deben ser flexibles y fomentar el cambio, la innovación y la mejora continua, para de este modo lograr que estas empresas sean competitivas y prosperas en sus negocios.

Como se ha observado anteriormente, la competitividad está relacionado con la productividad, la capacidad de planificación y gestión de los directivos, la formación y los niveles de integración de los colaboradores en los procesos de la empresa, sensibilización y fomento de la cultura organizacional, para lograr desarrollar habilidades individuales y permitir la creatividad e innovación para la realización de productos (Rodríguez Aguilera & García Vidal, 2012).



Es por ello que, para garantizar la competitividad, las Pymes están considerando seriamente la importancia e incorporación de conceptos como: conocimiento, competencias o habilidades en todos los procesos productivos y de servicios, para así adaptarse mejor a los cambios mediante el uso de tecnología e innovación. (Capó-Vicedo, Expósito- Langa, & Masiá- Buades, 2007)

Para (Virgen Ortiz & Rivera Godoy, 2012) la competitividad de las Pymes está vinculada a los avances tecnológicos y la capacidad de innovación en los productos y procesos. Aunque resulte difícil integrar nuevas tecnologías al aparato productivo de la empresa.

Cabe señalar, que aunque América Latina tiene todas las herramientas y capacidades para lograr altos niveles de competitividad y desarrollo económico por medio del emprendimiento y creación de empresas, por lo general no logran crear una dinámica empresarial, esto debido a que las pequeñas empresas de Latinoamérica no están aportando el valor agregado suficiente en términos de innovación para competir al nivel de las grandes industrias (Amorós , Fernández, & Tapia, 2012). De acuerdo con (Molina Ycaza & Sánchez Riofrío, 2016) para mejorar la competitividad de las Pymes, es necesario superar algunos obstáculos, como lo son: la falta de personal capacitado y especializado, implementar nuevas tecnologías y el acceso al financiamiento, este último se da debido a los altos intereses y demasiados requisitos que solicitan las entidades financieras.

De allí que, proponen solicitar créditos a entidades no bancarias o buscar otros medios para recaudar fondos. También, opinan que es necesario capacitar a todo el personal de la empresa, crear alianzas con las universidades para que realicen estudios sobre el sector. Además, para acceder a las nuevas tecnologías, plantean las alianzas nuevamente con universidades y con centros tecnológicos.

Relacionado con lo anterior, (Calderón Hernández & Castaño Duque, 2005) en su libro “Investigación en Administración en América Latina”, señalan los 7 problemas fundamentales de la Pymes que aseguran impiden su crecimiento, así:

Coyuntura económica (problemas de recesión que producen disminución de ventas), acceso a financiamiento (tramitología y garantías exigidas), sistema tributario (carga impositiva demasiado alta), acceso a mercados (competencia desleal, contrabando, informalidad), legislación laboral (muy compleja e insuficiente de capital para contratar el personal adecuado), apoyo y funcionamiento del estado (demora en los pagos, burocracia excesiva), y finalmente la categoría de otros obstáculos (orden público y acceso a tecnologías). (p.296)

Partiendo de lo anterior, surge la necesidad de crear un programa que brinda diferentes servicios para impulsar la productividad y competitividad de las empresas, en aquellos sectores con mayor capacidad productiva y exportadora, según (Programa de Transformación Productiva [PTP], 2009) tales servicios son:

Asistencia técnica, intervención y acompañamiento en las empresas para que adopten metodologías internacionales de mejora productiva, programas de capacitación especializados en alianza con empresas e instituciones educativas, orientación y financiamiento para la obtención de certificaciones como requisito para la entrada a mercados internacionales, entre otros. (p.1)

Las empresas al recibir este apoyo, logran producir mayores cantidades en tiempos más cortos, reducir los costos, generar mayor rentabilidad y tener la posibilidad de llegar a mercados internacionales.

De manera que el PTP busca aumentar la productividad y competitividad de 20 sectores de clase mundial enfocado a la generación de empleos en el país y mejorar las exportaciones. Estos sectores se dividen en tres grupos: agroindustrias, servicios y manufactura, de este último se desprende el sector Cosméticos y Aseo. (Programa de Transformación Productiva [PTP], 2015).

Como lo menciona (Procolombia, 2016), “es el país con la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado, posicionándose como potencia global en biodiversidad y bienes naturales.” (p.3), considerándose un elemento clave y estratégico para el sector cosméticos y aseo. Según (Euromonitor International, 2018) cada vez más se

incrementa el número de consumidores interesados y conscientes sobre el uso de productos con base en ingredientes naturales, reconociendo las consecuencias a corto y largo plazo que trae la utilización de elementos químicos en su cuerpo. Pero indica, que en el mercado actual existen muy pocos productos con ingredientes 100% naturales y que no llegan a un amplio grupo de clientes. Señala, (Arias, Alvarez, & Martínez , 2010) “Para el 2020 el sector cosmético cuenta con la capacidad para multiplicarse en el mercado interno y en sus negocios de exportaciones.” (p-2)

Es aquí donde se crea una ventaja competitiva, frente la elaboración de productos con ingredientes naturales y orgánicos, aumentando el consumo de este tipo de productos no solo dentro del país, sino en el mercado internacional. En particular (Cancino del Castillo & Bonilla Meléndez), expone que las empresas para ir avanzando en el proceso de exportaciones e incrementar su participación al mercado internacional, primero deben conocer, organizarse y adquirir experiencia en el mercado local.

En cuanto al sector cosmético y aseo, según Kumar desde tiempos ancestrales los cosméticos han formado parte esencial de la vida del hombre, estos se pueden categorizar de la siguiente manera: cuidado de la piel, cuidado del cabello, fragancias, higiene personal y maquillaje (Cruz Porras, 2015).

A continuación, se describen las actividades que realizan las empresas del sector cosmético y aseo, para aumentar la competitividad según (Programa de Transformación Productiva [PTP], 2016) estas son:

Innovación; Emprendimiento; Sistemas de planeación, organización, dirección y control; Generar ventajas industriales a través de diferenciación de productos; Garantizar el uso eficiente de insumos y recursos, para generar mayores márgenes de utilidad; Diseño y presentación de productos; Disminuir el impacto ambiental; Preparar a la industria para las futuras regulaciones en temas de crecimiento verde y cuidado del medio ambiente, por el ingreso del país a la OCDE; Estrategias de reciclaje y reutilización de envases y empaques; Mecanismos de reducción de generación de desperdicios y consumo de energía y agua; Gestionar acciones de mejora para reducir tiempos en el proceso de acceso a recurso genético y sus

productos derivados; Gestionar acciones de mejora para facilitar el proceso de aprovechamiento de recurso forestal no maderable; Apoyar el desarrollo de protocolos de soporte de programas y estándares de comunicación MN-3 en publicidad; Reducir las barreras de acceso a mercados objetivo, ya sea de carácter arancelario o no arancelario; Promover la apropiación de la propiedad intelectual por parte de los empresarios, como herramienta de competitividad. (p.49-53)

Retomando los obstáculos y/o problemas que impiden el crecimiento y desarrollo de las Pymes, una fuente para captar dinero y mejorar la productividad de las Pymes es la inversión extranjera. Según (Fernandez & Revilla, 2010) en su investigación “Los Recursos de las Pymes” afirma que:

Las Pymes se encuentran en una posición de desventaja con respecto a las grandes empresas para captar financiación externa. Además, las Pymes carecen en muchos casos de los recursos complementarios para explotar con éxito las innovaciones en el mercado, con lo que su capacidad de extraer beneficios de ellas es más limitada. (p. 55-57)

Adicionalmente (Gligo, 2007) describen que la falta de inversión extranjera en el país y sector específico, es debido a la falta de información, ya sea porque la información no es de fácil acceso o no se encuentra disponible; esta falta de información genera que los inversionistas desconozcan los atributos y ventajas del país. Es por ello, plantean crear programas o agencias de promoción de inversiones, con el objetivo de facilitar y dar a conocer las ventajas del país, para la toma de decisiones de inversión.

Por otra parte, (Saavedra, 2012) resalta la importancia de las Pymes en el desarrollo económico del país, ya que no solo contribuyen a la generación de empleo e ingreso en zonas alejadas a las grandes ciudades. En los últimos años, las Pymes se han considerado de gran relevancia para el país, por sus aportes a la economía del mismo, como: aumento en la productividad, participación al mercado internacional y fuente para la creación de nuevas empresas.

De igual manera, (Distrital, 2000) define mediante la Ley 590 de 2000 que tiene por objetivo, promover el desarrollo y crecimiento de las micro, pequeñas y medianas

empresas teniendo en cuenta cuál es su capacidad para generar empleo, cuáles son sus aportes a la región y su capacidad para el aprovechamiento de los recursos escasos. La Ley define las MyPymes como "toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios". Estas empresas cumplen con parámetros de cantidad de personal y activos totales que son determinados por la ley.

De otro lado, (Bueno Campos, 2000) señala que los gastos financieros en activos intangibles es decir conocimientos, son una necesidad que tienen las Pymes para crecer y ejecutar con éxito las actividades de investigación y desarrollo, proyectos de calidad total y programas de formación.

De acuerdo con la investigación de (Estrada Barcenás , García Pérez , & Domingo Sánchez , 2009) “ya no es suficiente mantener una sola ventaja competitiva, por lo que las Pymes deberán incorporar nuevas variables que le permitan mantenerse en el mercado, desarrollarse y crecer” (p.1). A su vez encontraron que “las Pymes con mayor éxito competitivo son aquellas que planean estratégicamente, que innovan en sus procesos, productos y gestión y que tienen un nivel tecnológico superior en relación con los demás competidores de su sector”(p.1)

#### **4. Discusión**

En el desarrollo de la revisión bibliográfica, se encontró que la competitividad es un término que toma cada vez más fuerza en el sector empresarial, donde se ve la necesidad de adaptar y mejorar las estrategias empresariales con el propósito de generar una ventaja competitiva frente a las demás empresas.

En el sector empresarial, las Pymes constituyen el 66%, un porcentaje bastante representativo para la economía de un país, lo que indica que si se mejoran los índices de competitividad y productividad en las Pymes se estaría aportando al desarrollo económico y social del país, debido a la dinámica que generan las nuevas empresas que se incorporan al mercado, pues se crea un aumento en la generación y formalización del empleo, además de mejorar los niveles de productividad en las actividades económicas del país. (Programa de Transformación Productiva [PTP], 2018)

Cabe resaltar que “las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia se echan al hombro el 35% del PIB, representan el 80% del empleo del país y el 90% del sector productivo nacional” (Padilla S. , 2018), es decir, se debe impulsar al crecimiento de las Pymes, brindarles el apoyo suficiente para cumplan con sus objetivos y ser competitivos. En este sentido, se resalta la importancia de fomentar en las Pymes la generación de procesos de transformación productiva, orientados a ofrecer productos con mayor calidad, valor agregado y adaptación de nuevas tecnologías en sus procesos, con el fin de ser más eficientes y productivos, alcanzando así altos niveles de competitividad.

Con la intención de mejorar la productividad, incorporar la innovación y acogerse a las nuevas tecnologías, se creó el Programa de Transformación Productiva (PTP), una herramienta que busca asesorar y apoyar a las empresas en la realización de sus procesos productivos, brindándoles nuevas técnicas para mejorar sus procesos, fomentando la productividad y la calidad de los sectores de clase mundial, fortaleciendo las capacidades del país para acceder a mercados internacionales y mejorar la capacidad de los sectores de manufactura, agroindustria y servicios.

Se debe agregar que, en el sector de manufactura, se encuentra el sector cosmético y aseo, el cual es el rubro que mayores oportunidades representada en materia de competitividad y potencial exportador para Colombia, gracias a que cuenta con una gran biodiversidad por Km<sup>2</sup> en el mundo, lo que le permite aprovechar los recursos naturales para generar un factor diferencial en el mercado a nivel mundial, siendo tendencia por su calidad y sus ingredientes naturales y orgánicos.

Es por ello, que el sector cosmético alcanzó un nivel de ventas superior de los 7,7 billones de pesos anuales, según (Negocios, 2017). Para lograr esto, es necesario que las Pymes incorporen unos factores determinantes para obtener un nivel de competitividad que les permita permanecer en el mercado, estos son: tener personal capacitado y actualizado que le permita aumentar la productividad, mediante el buen manejo y optimización de los recursos escasos, consiguiendo reducir costos y fabricar mayor cantidad de productos terminados en menor tiempo. Además, brindarles la

confianza a los colaboradores para que aporten nuevas ideas, para generar mayor valor a los productos y/o introducir productos totalmente nuevos, con excelente calidad que permita a las empresas llegar a nuevos mercados, lograr diferenciarse y tener una ventaja competitiva frente sus competidores; es necesario incorporar y hacer énfasis en la investigación y desarrollo, que les permita acceder a nuevas herramientas para optimizar sus procesos y productos.

Adicionalmente, las Pymes deben adoptar nuevas tecnologías para utilizar y combinar inteligentemente los recursos disponibles, para así alcanzar mayores niveles de eficiencia y aumentar sus niveles de competitividad.

De otro lado, las Pymes del sector cosméticos y aseo están comprometidas con la realización de diferentes actividades que les permite desenvolverse en un mercado altamente competitivo, bajo la orientación y acompañamiento constante del PTP, para aumentar los niveles competitividad y niveles de participación en el mercado nacional e internacional. Es por ello, que están desarrollando actividades como:

- Utilización de las TIC's, para promover y aumentar la distribución de los productos, obteniendo así mayor cobertura.
- Implementar prácticas amigables con el medio ambiente, ya que están realizan sus productos con base en ingredientes naturales y orgánicos.
- Fomentar la capacitación en temas relacionados con el sector, para aumentar la productividad, el aprovechamiento de la biodiversidad del país y los conocimientos de las personas, para así hacer uso eficiente de los recursos.
- Gestionar acciones para reducir el tiempo y los costos del proceso de extracciones de recursos.

## **5. Conclusiones**

Finalmente, se puede concluir que la competitividad se ha convertido en una necesidad para las Pymes del sector cosmético y aseo en la ciudad de Pereira, ya que cada vez toma más fuerza la comercialización de productos con base en ingredientes naturales, como consecuencia a la concientización y tendencia del uso de estos productos para el cuidado personal. Además, las Pymes de este sector deben contar con la capacidad de incorporar la innovación, adoptar

nuevas tecnologías, fomentar el desarrollo del capital humano y la productividad en sus procesos, así como también tener una buena gestión financiera para lograr una buena rentabilidad, hacer estrategias de promoción que le permita llegar a posibles inversionistas que puedan apalancar su empresa y sostenerse en el tiempo.

También, la importancia que tienen las Pymes para el país, ayudando al desarrollo y crecimiento del mismo, mejorando los indicadores económicos, mediante la generación de empleo y el aumento de los niveles de productividad. Es por ello, que mediante el PTP las Pymes logran contar con una gran herramienta de apoyo, asistencia técnica y acompañamiento para que estas empresas mejoren sus procesos o metodologías de producción, con el fin de reducir costos, incrementar la cantidad de productos fabricados en el menor tiempo posible, obtener certificaciones necesarias para entrar a mercados internacionales, entre otras. Esto con el fin, de lograr mayor competitividad y elevar las ventas tanto a nivel nacional como internacional, es decir las empresas que logran mayor productividad incursionan con mayor facilidad al mercado exterior.

Igualmente, resaltar la ventaja competitiva que tiene los sectores cosméticos y aseo, debido a la biodiversidad del país y a la tendencia que se está generando en los consumidores, tanto de las mujeres como de los hombres, en la utilización de productos con base en ingredientes naturales y orgánicos, ya que son muy beneficiosos para la piel, la salud y el hogar.

## **6. Referencias Bibliográficas**

Amorós , J., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Cuantificar la relación entre el emprendimiento y las etapas de desarrollo de la competitividad en América Latina. *Revista Internacional de Emprendimiento y Gestión*. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11365-010-0165-9#citeas>

Apodaca Del Angel, L., Maldonado- Radillo, S., & Máynez- Guaderrama, A. (2016). La ventaja competitiva, desde la teoría de recursos y capacidades. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 70. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v9n1-2016/RIAF-V9N1-2016-5.pdf>

Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A. (2005). *Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMEs del estado de Veracruz*. México: Red Contaduría y Administración. Obtenido de <https://ebookcentral-proquest->



com.proxy.bidig.areandina.edu.co/lib/bibliotecafuaasp/reader.action?docID=3167535&query=

Arias, J., Alvarez, D., & Martínez, A. (2010). Estrategias de Internacionalización de las Pymes del Sector Cosmético en Bogotá. *Konrad Lorenz*, 2. Obtenido de [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2011-v1-n1/03-internacionalizacion-cosmeticos.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n1/03-internacionalizacion-cosmeticos.pdf)

Ávila Berrio, B., Pérez, H., & Vega Brito, R. (2016). Gestión financiera y competitividad de las empresas prestadoras servicios turísticos en la frontera Colombo- Venezolana. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 44. Obtenido de [http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs\\_viceinves/index.php/FACE/article/viewFile/2289/1106](http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/FACE/article/viewFile/2289/1106)

Benzaquen, J. (2010). Un índice Regional de Competitividad para un país. *CEPAL*, 70. Obtenido de Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Braidot, N. (1999). *Las Pymes Latinoamericanas*. Buenos Aires: Ifema.

Bueno Campos, E. (Abril de 2000). El capital intelectual de la Pyme: Una necesidad, un reto. *Dyna*, 53-54.

Calderón Hernández, G., & Castaño Duque, G. (2005). *Investigación en Administración en América Latina: Evolución y resultados*. Manizales: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de [https://books.google.es/books?id=N1l2My4B7h8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=N1l2My4B7h8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Cancino del Castillo, C., & Bonilla Meléndez, C. (s.f.). Los factores claves de una rápida internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en Chile. *América Economía*, 2. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de [https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/Factores\\_claves\\_pymes\\_en\\_chile.pdf](https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/Factores_claves_pymes_en_chile.pdf)

Capó- Vicedo, J., Expósito- Langa, M., & Masiá- Buades, E. (2007). La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global. *EURE*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612007000100007&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612007000100007&script=sci_arttext)

Carro, R., & González Gómez, D. (2012). Productividad y Competitividad. *Nulan*, 8. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/1607/>

Castañeda Cárdenas, E., & Naranjo Sáenz, L. (2017). *Competitividad de las Pyme sector comercio*. Cali: Repositorio Unilibre. Obtenido de

[http://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10406/Castaneda\\_Naranjo\\_2017.pdf?sequence=1](http://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10406/Castaneda_Naranjo_2017.pdf?sequence=1)

- Castaño, D. (2016). *Identificación de lineamientos estratégicos conducentes al desarrollo productivo y competitivo de Belén de Umbría Risaralda*. Pereira: Repositorio UTP. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/7228/8584C345.pdf?sequence=1>
- Colina, J. M. (2009). Las estrategias competitivas genéricas de Porter. *El Cid Editor*, 4-7. Obtenido de <https://ebookcentral-proquest-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/lib/biblioteca/fuaasp/reader.action?docID=3180287&query=>
- Cruz Porras, Y. (2015). *DEFINICION DE INDICADORES PARA LA CARACTERIZACION DE LA INNOVACION EN*. Bogotá: Univesidad Nacional de Colombia. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13914/2/Definici%C3%B3n%20de%20indicadores%20para%20la%20caracterizaci%C3%B3n%20del%20sector%20cosm%C3%A9tico%20colombiano.pdf>
- Distrital, S. J. (2000). *Ley 590 de 2000 Nivel Nacional*. Bogotá: Diario Oficial 44078 de julio 12 de 2000. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Escorsa Castelles, P., & Valls Pasola, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Catalunya: Universidad Politecnica de Catalunya. Obtenido de ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioteca/fuaasp/detail.action?docID=4310573>
- Estrada Barcenás, R., García Pérez, D., & Domingo Sánchez, T. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000200002&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000200002&lng=es&nrm=iso)
- Euromonitor International. (2018). *Belleza y Cuidado personal en Colombia*. London: EUROMONITOR INTERNATIONAL. Obtenido de <http://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-colombia/report>
- Fernández, Z., & Revilla, A. (2010). Hacer de la necesidad virtud: los recursos de las pymes. *Economía Industrial*, 55. Obtenido de <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/375/53.pdf>

- Ferras, X. (2013). Una definición de innovación. *Innovación.cl*. Obtenido de [www.innovacion.cl/columna/una-definicion-de-innovacion/](http://www.innovacion.cl/columna/una-definicion-de-innovacion/)
- Galindo Rodriguez , O. A., Tovar Coronado , C., & Samboni Gasca, K. (2014). La competitividad de las organizaciones a través de la. *FACCEA*, 91. Obtenido de <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/343>
- Galindo Rodriguez, O., Tovar Coronado, C., & Samboni Gasca, K. (2014). La competitividad de las organizaciones a través de la creatividad y la innovación. *Faccea*, 91.
- Garcia, E., Coll, V., & Blasco , O. (2005). ¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? Retos previos a superar. (E. d. Aplicada, Ed.) *Sistema de Información Científica Redalyc*, 570. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/301/30123303/>
- García, R. F. (2013). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. San Vicente (Alicante): Club Universitario. Obtenido de <https://ebookcentral-proquest-com.proxy.bidig.areandina.edu.co/lib/bibliotecafuaasp/detail.action?docID=3215022&query=c%C3%B3mo+lograr+la+productividad>
- Gligo, N. (2007). Políticas activas para atraer inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe. *CEPAL - Serie Desarrollo Productivo*, 27. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4572/S0700049\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4572/S0700049_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Klaus, E., Wolfgang, H., Dirk, M., & Meyer, J. (1995). Competitividad sistémica: Nuevo desafío para las empresas y la política. *Cepal*, 39. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052.pdf?sequence=1>
- Lébre La Rovere, R., & Hasenclever, L. (2003). Innovación, competitividad y adopción de tecnologías de la información y de la comunicación en pequeñas y medianas empresas: algunos estudios de caso sobre Brasil. *Investigación sobre Tecnología, Trabajo, Empresa y Competitividad*, 2. Obtenido de <http://www.littec.ungs.edu.ar/eventos/renata%20la%20rovere%20y%20lia%20hasenclever.pdf>
- Lozano, C., & Pineda Morales, J. (2011). *Incidencia de los tipos de almacenamiento en la productividad de tres empresas representativas del sector textil en Pereira-Dosquebradas*. Pereira: Repositorio UCP.
- Mesa Andrade , L., Ramirez Fleyle , E., & Romero Zuñiga, C. (2017). Estándares de competitividad empresarial en la Pymes de artesanías Wayuu en el distrito Turístico y Cultural de Riohacha. *Espacios*, 3. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p24.pdf>

- Molina Ycaza, D., & Sánchez Riofrío, A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 27-30. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/319176294>
- Negocios, E. y. (19 de Junio de 2017). El sector de belleza no perdería brillo en 2017. *El Tiempo*, pág. 1. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/el-sector-de-belleza-tiene-buenas-expectativas-en-2017-100326>
- Nieto, J., & Griol, I. (2011). *Definiciones de innovación*. Pereira: Repositorio UCP. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/642/1/DefinicionesdelInnovacion.pdf>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos [OCDE] & Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas [EUROSTAT]. (2005). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. Madrid, Europa, España. Obtenido de [http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED\\_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/INVESTIGACION/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/OECDOSLOMANUAL05\\_SPA.PDF](http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/INVESTIGACION/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/OECDOSLOMANUAL05_SPA.PDF)
- Osorio, S. J. (2014). *Responsabilidad social empresarial en gestión del talento humano como estrategia para la productividad de la empresa Integra SA*. Pereira: Repositorio UCP. Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/3070/1/CDMAE138.pdf>
- Padilla, R. (2006). *Instrumentos de medición de la competitividad*. México: Revista CEPAL. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/2.1Indicadoresdecompetitividad.pdf>
- Padilla, S. (21 de Febrero de 2018). ¿Cuál es la mayor preocupación de las pymes? La competitividad. *El Espectador*, pág. 1. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/cual-es-la-mayor-preocupacion-de-las-pymes-la-competitividad-articulo-740471>
- Peña, D. L. (2017). La medición de la eficiencia y la productividad: Antonio Álvarez Pinilla (Coordinador). Madrid: Editorial Pirámide. 2013. *Cuadernos de Economía*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47722017000100251&lang=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722017000100251&lang=pt)
- Porter, M. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard Business Review*, 69-70. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32370097/La\\_Ventaja\\_Competitiva\\_de\\_las\\_Naciones.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1526771941&Signature=gQPel%2B%2BTCER9t7SXTc8dzKtkOc0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa\\_](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32370097/La_Ventaja_Competitiva_de_las_Naciones.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1526771941&Signature=gQPel%2B%2BTCER9t7SXTc8dzKtkOc0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_)

- Procolombia. (2016). *El mundo invierte en Colombia*. Euromonitor International. Obtenido de <http://inviertaencolombia.com.co/images/Adjuntos/SECTOR-COSMETICOS-2016.pdf>
- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2009). *Conózcenos: Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de Programa de Transformación Productiva: <https://www.ptp.com.co/documentos/2017/Publicaciones/Informe%2001%20Onudi-2015-Web%20Analisis.pdf>
- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2015). *Análisis de competitividad del sector cosmético e Ingredientes naturales*. Bogotá: Safe+. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/2017/Publicaciones/Informe%2001%20Onudi-2015-Web%20Analisis.pdf>
- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2016). *Evaluación y reformulación estratégica del Plan de Negocios del*. Bogotá: Idom Consulting. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/PlandeNegociosCosmeticos2016.pdf>
- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2016). *La infraestructura de la calidad y guía sobre cómo aprovechar los servicios que presta al sector cosméticos*. Bogotá: Safe+. Obtenido de [https://www.ptp.com.co/documentos/INFRAESTRUCTURA\\_SAFE.pdf](https://www.ptp.com.co/documentos/INFRAESTRUCTURA_SAFE.pdf)
- Programa de Transformación Productiva [PTP]. (2018). *Informe dinámicas de producción y comercio exterior de pymes manufactureras*. PTP. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/2018/Informe-dinamicas-produccion-comercio-exterior-pymes-manufactureras.pdf>
- Rodriguez Aguilera, A., & García Vidal, G. (2012). Eficacia y Eficiencia, premisas indispensables para la Competitividad. *Ciencias Holguín*, 8. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524338001>
- Rodriguez Pompa, A., & Mayo Alegre, J. C. (2014). *La eficacia organizacional como constructo social*. Habana: Universitaria. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecafuaasp/detail.action?docID=3222934>
- Saavedra, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005)
- Saldivar González, S., García Rivera, B., Valenciana Moreno, N., & Roa Rivera, R. (2012). Competitividad y Gestión de la Pymes. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 1153-1154. Obtenido de <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/ISSN-1941-9589-V7-N2-2012.pdf>

Solleiro, J., & Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Revista Iberoamericana*, 169-170.

Suarez Mella, R., de la Rosa Betancout, L., & Jimerez, V. B. (2008). *El desafío de la innovación*. Habana: Editorial Universitaria. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaafuaasp/detail.action?docID=3179461>

Virgen Ortiz, V., & Rivera Godoy, J. (2012). Condiciones financieras que impactan la estructura financiera de la industria de cosméticos y aseo en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 177. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/205/20523152008/>

**Aviso de copyright.** Los autores que se someten a esta conferencia están de acuerdo en los siguientes términos: Los autores conservan los derechos de autor sobre su trabajo, al tiempo que permite a la conferencia para colocar este trabajo no publicado bajo una licencia Creative Commons Attribution License, que permite a todos acceder, utilizar libremente y compartir el trabajo, con un reconocimiento de la autoría de la obra y su presentación inicial en esta conferencia. Los autores son capaces de renunciar a los términos de la licencia CC y celebrar acuerdos contractuales separados, adicionales para la distribución no exclusiva y posterior publicación de este trabajo (por ejemplo, publicar una versión revisada en una revista, publicarla en un repositorio institucional y publicar en un libro), con un reconocimiento de su presentación inicial en esta conferencia. Además, se anima a los autores a publicar y compartir su línea de trabajo (por ejemplo, en repositorios institucionales o en su página web) en cualquier momento antes y después de la conferencia. Los autores están de acuerdo con los términos de este Aviso de Derechos de Autor, que se aplicarán a la presente comunicación, siempre y cuando se publica por la presente Conferencia.